

Projektowanie i aranżacja wnętrz oraz  
rola druku w tym sektorze gospodarki

# THINK DÉCOR

## WPROWADZENIE

Sytuacja na  
europejskim rynku  
aranżacji wnętrz

## PERSPEKTYWY

Kluczowe trendy  
w branży wnętrzarskiej

## ANALIZA

Nowe możliwości dla  
dostawców usług druku



Canon

## Spis treści

03 WPROWADZENIE

04 BRANŻA  
WNĘTRZARSKA DZISIAJ06 BRANŻA  
WNĘTRZARSKA JUTRO10 KREOWANIE DOŚWIADCZEŃ  
ZA POMOCĄ MARKETINGU  
SENSORYCZNEGO12 NOWE TRENDY  
W BRANŻY DRUKU14 DOBRZE ZAPROJEKTOWANA  
ARANŻACJA16 PRZYSZŁOŚĆ  
INNOWACYJNYCH  
ROZWIĄZAŃ

18 DRUK 3D

20 WNIOSKI

23 CO DALEJ?



**„Firmy budują emocjonalną więź ze swoimi klientami, opowiadając historię, której elementem jest ich produkt lub usługa”**

Ministerstwo spraw zagranicznych, UE



”  
Wnętrzarstwo to urządzenie i dekoracja przestrzeni za pomocą ładnych i modnych rzeczy  
“

Trendy w branży wnętrzarskiej ciągle się zmieniają. Zarówno w przypadku wnętrz komercyjnych (takich jak biura, powierzchnie handlowe i pomieszczenia hotelowe), jak i projektów dla klientów indywidualnych, zmiany zachodzące w branży projektowania wnętrz wymagają większej adaptacji, personalizacji i dynamiki niż kiedykolwiek wcześniej – zwłaszcza w Europie, gdzie prawo do wyrażania własnej osobowości odgrywa ważną rolę.

Rozwój rynków, które chętnie eksperymentują z nowymi rozwiązaniami dekoracyjnymi w wielu różnych obszarach, od przestrzeni biznesowo-przemysłowych po branżę rozrywki domowej, przyczyni się do wzrostu wartości sektora druku przemysłowego – do 2020 roku wyniesie ona ponad 107 mld USD<sup>1</sup>.

W Think Décor przyjrzymy się trendom, które obecnie kształtują europejską branżę wnętrzarską – takim jak indywidualizacja pod kątem konsumentów czy presja związana z tworzeniem produktów na żądanie – i zastanowimy się, w jaki sposób marki oraz konsumenci przyczyniają się do określenia kierunku rozwoju tej branży. Analizując aktualną i przyszłą sytuację w tym sektorze, poszukamy również sposobów na dotarcie do tego zróżnicowanego rynku, proponując dostawcom druku wykorzystanie nowych rozwiązań do tworzenia niepowtarzalnej oferty. ○

<sup>1</sup>: The Future of Functional and Industrial Print to 2020 (Przyszłość druku funkcjonalnego i przemysłowego do 2020 roku), Smithers Pira, 2015



# Branża wnętrzarska dzisiaj

Europejska branża wnętrzarska nie wykazuje żadnych oznak spowolnienia; szacuje się, że w 2024 roku rynek druku cyfrowego osiągnie 225% swojej wartości z roku 2013, czyli 120,9 mld USD<sup>2</sup>. W zeszłym roku do najszybciej rozwijających się sektorów rynku designu należały: tekstylia wykorzystywane do produkcji odzieży i do dekoracji wnętrz, a także opakowania i tapety<sup>3</sup>.

W wielu różnych branżach wygląd produktów staje się wręcz obsesją. Jednak tam, gdzie kluczową rolę odgrywa design, ważne jest, by nie ignorować praktycznych aspektów aranżacji wnętrz, takich jak odbiorcy, funkcja czy koszty.

Weźmy na przykład urządzenie **powierzchni przemysłowych**. Jego funkcją jest przede wszystkim motywowanie i angażowanie pracowników, ale też budowanie tożsamości marki przy jednoczesnym wywieraniu wpływu na klientów. W 2015 roku wartość druku funkcjonalnego i sektora przemysłowego wyniosła 67 mld USD, a w najbliższych latach ma ona znacząco wzrosnąć – aż do 107 mld USD w 2020 roku. Drukowane elementy dekoracyjne i laminaty (w tym podłogi) należą obecnie do najszybciej rozwijających się segmentów tego sektora<sup>4</sup>, a druk cyfrowy jest tutaj idealnym rozwiązaniem. Produkcja wewnętrznych elementów wykończeniowych staje się więc bardziej dostępną niszą dla dostawców usług druku.

Analogicznie w **sektorze handlu detalicznego** konkurencję napędza pragnienie utrzymania klientów. Znakomitym przykładem użycia wzornictwa do kreowania nowych doznań jest sektor handlu detalicznego realizujący koncepcję elastyczności, która pozwala na odświeżanie wnętrza, gdy tylko jest to potrzebne. Wzrost popularności marketingu wielokanałowego zachęca handlowców do przemyślenia swojego podejścia do kreowania doznań klienta oraz do tego, jak zapewnić spójność tych doznań we wszystkich kanałach. Trendy w handlu detalicznym mogą za jakiś czas poważnie wpłynąć na popyt na rynku druku oznakowań. Szacuje się, że globalna wartość rynku drukowanych materiałów PoS i oznakowań w sklepach detalicznych wyniesie 49,8 mld USD<sup>5</sup> w 2020 roku.

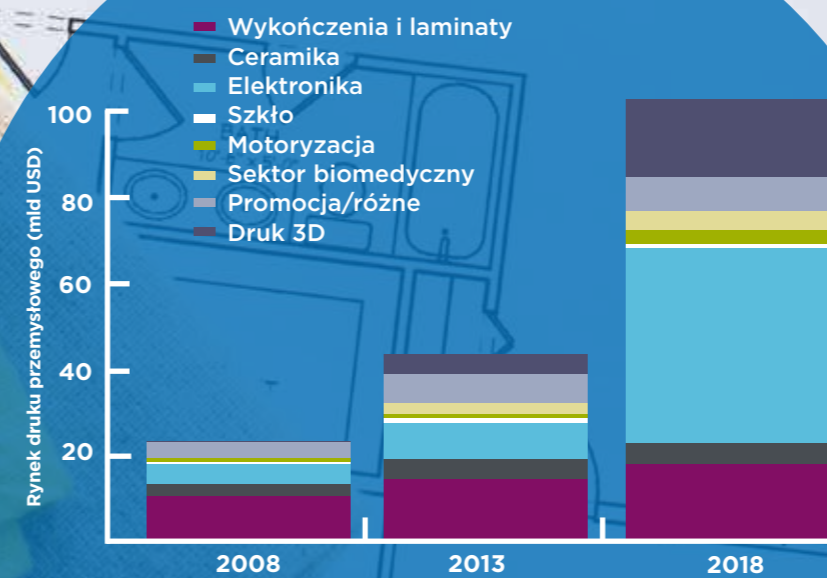
Kolejnym przykładem jest **hotelarstwo**, w którym marka jest praktycznie wszechobecna. Być może nie zauważamy tego na pierwszy rzut oka, ale rozmaite detale – od dekoracji stołów i menu w restauracjach po powierzchnie ścian, a nawet materiał, z którego wykonano parasole – mają za zadanie opowiadać historię marki. Tam, gdzie wizualne zachęty pomagają zwiększać doznania konsumentów, drukarki wielkoformatowe mogą ułatwić dostawcom usług druku zrealizowanie ich kreatywnej wizji.

Z kolei w przypadku **klientów indywidualnych** głównym celem jest zwiększenie atrakcyjności wnętrza ich domów. Pragnienie, aby przestrzeń nas wyrażała – poprzez atrakcyjne wykończenia, tapety, szkło, ceramikę czy laminaty – zachęca do wydawania pieniędzy na mocno zindywidualizowane elementy wyposażenia wnętrza. Druk cyfrowy idealnie wpasowuje się w charakterystykę ery konsumenta. Globalny rynek aranżacji wnętrz mieszkalnych osiągnie wartość 644 mld USD<sup>6</sup> do 2020 roku. W Europie tylko w 2015 roku sprzedaż wyposażenia domów i mieszkań wyniosła 39 mld USD<sup>7</sup>. Rośnie znaczenie specjalizowanych produktów i oferujących je firm wnętrzarskich w Europie (w tym czołowych sprzedawców, takich jak IKEA), więc na tym rynku należy się spodziewać wzrostów w ciągu najbliższych kilku lat.

Europejska branża wnętrzarska bardzo się rozwinęła w ostatnich pięciu latach, a jej przyszłość będą kształtować bieżące trendy. ○



2: The Future of Functional and Industrial Print to 2020 (Przyszłość druku funkcjonalnego i przemysłowego do 2020 roku), Smithers Pira, 2015  
 3: „Global industry is upbeat for future” (Globalna branża z nadzieją patrzy w przyszłość), Print Week, 2015  
 4: Industrial Printing market to reach over \$103 billion by 2018  
 (Rynek druku przemysłowego ma osiągnąć wartość 103 mld USD do 2018 r.), Smithers Pira, 2014  
 5: Printed PoS/signage market predicted to reach \$49.8 billion by 2020  
 (Rynek drukowanych materiałów PoS/oznakowania osiągnie wartość 49,8 mld USD do 2020 r.), Smithers Pira, 2015  
 6: Home Decor Market by Product – Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2014–2020  
 (Rynek wyposażenia wnętrz wg produktów – globalna analiza możliwości i prognozy branżowe 2014–2020), Allied Market Research, 2015  
 7: Home Decor Market by Product – Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2014–2020  
 (Rynek wyposażenia wnętrz wg produktów – globalna analiza możliwości i prognozy branżowe 2014–2020), Allied Market Research, 2015



Rynek druku przemysłowego według zastosowań produktów w latach 2008–2018





# Branża wnętrzarska jutro

**Potrzeba tożsamości jest dla ludzi bardzo ważna. Chcemy mieć możliwość zdefiniowania, kim jesteśmy dla innych. Dobra koniunktura zrodziła potrzebę osobistej ekspresji, w ramach której konsumenci tworzą własną tożsamość marki – osobowość, która sprawi, że zostaną docenieni i zapamiętani przez innych.**

Podczas gdy konsumenci pragną unikalności, marki szukają sposobów na utrzymanie ich zaangażowania. Firmy wnętrzarskie reagują na potrzebę indywidualizacji, dając klientom możliwość zaprojektowania własnych produktów. Druk cyfrowy idealnie zaspokaja zapotrzebowanie na usługi skrojone pod gust klienta dzięki rozwiązaniom, które umożliwiają personalizację po stosunkowo niskich kosztach i – co szczególnie istotne – z zachowaniem krótkiego terminu realizacji. Zarówno drukarze, jak i projektanci rozumieją i akceptują wymagania klientów związane z szybkością dostarczenia usługi. Na przykład projektant mebli Brad Sewell uwzględnił ideę oszczędności czasu już na etapie procesu projektowania projektowania. Stworzona przez niego linia mebli Campaign została dostosowana do wymagań transportowych firm kurierskich UPS i FedEx pod względem wielkości, kształtów i wagi. Umożliwiło to klientom bezproblemową dostawę i łatwy montaż oraz



”

Druk atramentowy będzie stanowić ogromną wartość dodaną. Jednak aby druk atramentowy sprawdził się w dowolnym procesie przemysłowym, producenci i konsumenci muszą wyłonić liderów, którzy wymyślą najlepsze rozwiązania. W przypadku druku przemysłowego na dużą skalę może to być trudne, ale elastyczność, jaką zapewni druk atramentowy producentom, jest warta włożonego wysiłku, inwestycji i czasu. Kto zainwestuje teraz w druk atramentowy, uzyska przewagę konkurencyjną.

“

Marcus Timson, współzałożyciel, Inprint

oszczędziło problemów związanych z umawianiem się na kilka różnych terminów dostaw<sup>8</sup>.

Trzeba pamiętać, że druk komercyjny w niskich nakładach skupia się na oferowaniu doznań klientom, natomiast w druku przemysłowym kluczową rolę odkrywa produkcja i jej metody, co wyjaśnia wolniejsze tempo przyjmowania się druku cyfrowego w tym sektorze. Dzisiejsze sukcesy firm, takich jak IKEA, świadczą o rozwoju sektora częściowo personalizowanego wykończenia wnętrz, zaś drukarnie takie jak The Print Foundry już teraz wykorzystują rosnący popyt na spersonalizowane wydruki do ozdabiania wnętrz domów i mieszkań. W przyszłości możemy spodziewać się kolejnych większych zmian, szczególnie gdy weźmiemy pod uwagę możliwości rozwoju druku atramentowego.

Druk cyfrowy zyskuje coraz bardziej na znaczeniu, podobnie jak większość innych gałęzi druku komercyjnego. W 2008 roku druk atramentowy stanowił mniej niż 5% druku przemysłowego, w 2012 roku jego udział wyniósł ponad 19%, a – według przewidywań Smithers Pira – w 2018 roku przekroczy on 30% rynku w ujęciu wartościowym<sup>9</sup>.

Nawet tacy sprzedawcy jak McDonald's odwołują się do naszego poczucia własnego ja, zmieniając wystrój swoich restauracji i stosując żywszą identyfikację wizualną, która na różne sposoby przemawia do klientów<sup>10</sup>. Podczas gdy marki koncentrują się na określonych koncepcjach, dostawcy usług druku wprowadzają te wizje w życie, produkując materiały, z którymi konsumenci mogą wchodzić w interakcję. Od ulotek i plakatów po wielkoformatowe billboardy – szybki i tani druk wysokiej jakości pomaga firmom realizować udane kampanie marketingu wielokanałowego każdego dnia. >



”

Druk cyfrowy to skuteczny i prosty sposób na przekształcanie kreatywnych koncepcji w niepowtarzalne projekty. Pozwala nam tworzyć ekskluzywne wnętrza i personalizować przestrzeń w takich miejscach jak hotele czy restauracje. Jeśli mamy stworzyć indywidualny mural, tapetę czy folię transparentną na okno, stosujemy druk cyfrowy ze względu na jego walory artystyczne i praktyczne.

“

**Michael Berman, dyrektor generalny,  
Schoos Design**

Oczywiście niektórzy przedstawiciele branży wnętrzarskiej mają opory przed korzystaniem z najnowszych zdobyczy technologii – wiele firm zajmujących się drukiem przemysłowym zainwestowało dużo pieniędzy w druk analogowy, mając ku temu dobre powody. Na przykład w produkcji podłóg cyfrowy druk atramentowy raczej nie będzie praktycznym rozwiązaniem. Serie produkcyjne są ogromne, a wymagania co do jakości produkcji wysokie, nie wspominając o tym, że gotowy produkt musi być solidny i trwały. Każda kolejna technologia będzie musiała spełnić coraz wyższe wymagania, by została zaakceptowana przez rynek. Ludzie wolą robić pewne rzeczy tak jak dotychczas, co oznacza, że pełna transformacja druku przemysłowego musi trochę potrwać.

Badanie InPrint Décor Survey 2016 wykazało, że w przypadku zastosowań wykończeniowych takich jak ceramika, o wykorzystaniu druku cyfrowego decyduje głównie możliwość zwiększenia wydajności i konkurencyjności. Potencjał kreatywny – choć istotny – nie zawsze wystarczy. Świat się zmienia i we wszystkich branżach produkuje się teraz niewielkie serie produktów. Wynika to z częstych zmian popytu wśród odbiorców końcowych. Technologie analogowe nie pasują do tego trendu. Cyfrowe – tak. Kiedy producenci podłóg w pełni to rozumieją, zaczną przechodzić na druk cyfrowy, by zapewnić elastyczność produkcji, która pozwala utrzymać konkurencyjność, a w ostatecznym rozrachunku przyniesie im oszczędności finansowe. ○







# 80%

czasu spędzamy  
w przestrzeniach  
zabudowanych

## Kreowanie doświadczeń za pomocą marketingu sensorycznego

**„(...) w świecie zdominowanym przez urządzenia cyfrowe, stymulowanie zmysłów w sposób wykraczający poza czysto wizualno-dźwiękową reklamę, ma niezwykle duży potencjał” – Marketing Week**

Marki zaczynają dostrzegać siłę, z jaką na konsumentów oddziałują elementy wystroju wnętrz i chociaż marketing sensoryczny jest wciąż dość nowym trendem, to już teraz mocno wpływa na świat handlu detalicznego i hotelarstwa.

Średnio 80 procent<sup>11</sup> życia spędzamy w przestrzeniach zamkniętych. Nic więc dziwnego, że nasze otoczenie ma na nas tak ogromny wpływ. Jest ono ważne, ponieważ wpływa na naszą wydajność, nastrój i ogólne samopoczucie. Eksperti zauważyli, że od 2016 roku reality marketing zyskuje na znaczeniu ponieważ oferuje odbiorcom wzbogacone doznania zmysłowe (widać to zwłaszcza szczególnie w kinie i na nagraniach 4D); prognozują, że będzie szybko się rozwijał w następnej dekadzie<sup>12</sup>.

Naturalna wrażliwość na otoczenie zachęca ludzi do poszukiwania środowisk, które mają określone cechy. Przykładem może być komfort fizyczny (na przykład wnętrze o odpowiedniej temperaturze) oraz fizjologiczny (odczuwany we wnętrzach, które są znajome, ale jednocześnie zapewniają odpowiedni poziom stymulacji). Marki zaczynają rozumieć, jak ważne jest odwoływanie się do wszystkich pięciu zmysłów, dlatego inwestują w kampanie marketingu multisensorycznego, w których pewną rolę odgrywa dźwięk.

Szczególnym przykładem reklamy sensorycznej była zapachowa kampania firmy McCain przeprowadzona na 10 przystankach autobusowych w Wielkiej Brytanii i promująca ziemniaczki Ready Made Jackets. W sześćoarkuszowych plakatów na przystankach umieszczono trójwymiarowe ziemniaczki z włókna szklanego, które po naciśnięciu przycisku podgrzewały się i wydzielaly zapach smażonego ziemniaka. Z plakatów wypadały również kupony zniżkowe, które zachęcały konsumentów do wypróbowania produktu.

Rozwój rozwiązań multisensorycznych dostępnych obecnie dla drukarzy to niezwykle okazja dla tych, którzy chcą się wyróżnić. Jednak wielu z nich wciąż zwleka z rozszerzeniem swojej działalności o ten aspekt, ponieważ nie wie od czego i jak zacząć. Ci drukarze, którzy posłuchali rad ekspertów w tej dziedzinie i dodali do swojej oferty rozwiązania multisensoryczne, prawdopodobnie przekonają się, że to się opłaca – a jedną z korzyści będzie możliwość pracy nad niezwykle innowacyjnymi kampaniami. ○

<sup>11</sup> Christine Piotrowski, Becoming an interior designer: A guide to careers in design (Jak zostać projektantem wnętrz: przewodnik po karierze w designie)

<sup>12</sup> Top sensory marketing trends for 2016 (Najważniejsze trendy w marketingu sensorycznym na 2016 rok), Marketing Week, 2016





# Nowe trendy w branży druku

”

Technologia cyfrowa odgrywa ważną rolę w pogoni za coraz bardziej innowacyjnym, ekologicznym i inteligentnym wykończeniem wnętrz.

Giora Elkeslasi,  
Elkeslasi Surface Design

“

## Trendy w branży wnętrzarskiej ciągle się zmieniają i ewoluują, wykorzystując postęp w rozwoju technologii druku, dlatego projektanci zajmujący się aranżacją wnętrz podejmują coraz większe wyzwania<sup>13</sup>.

Weźmy na przykład światłowody drukowane w 3D. Student M. Grossl wykorzystał druk 3D, by stworzyć modułowy system oświetlenia wnętrz. W systemie tym znalazły się elementy wydrukowane trójwymiarowo tworzące modułową strukturę plastra miodu, którą można dostosować do dowolnej przestrzeni. Innym przykładem jest tapeta 3D. Projektanci Kyra i Robertson Hartnett z firmy twenty2 połączyli siły z nowojorskim kolegą Pratt Institute, by stworzyć wyselekcjonowaną kolekcję trójwymiarowych tapet. Dostępna w pięciu stylach tapeta daje wrażenie trójwymiarowości bez konieczności użycia specjalnych okularów 3D.

Kolejny przykład to spersonalizowane panele kuchenne nad blatem opracowane przez studio projektowe Complete Graphics, które niedawno ogłosiło, że zaoferuje swoim klientom personalizację, wykorzystując do tego druk cyfrowy. Zmiany te wpisują się w trend, który firma IDC określiła jako korporacyjne zaangażowanie w transformację cyfrową (DX). W ciągu następnej dekady przyczyni się on do rozwoju gospodarki cyfrowej. Izraelska firma Elkeslasi Surface Design, która dzięki wykorzystaniu platform cyfrowych zmieniła swój sposób funkcjonowania, pozwoliła swoim projektantom eksperymentować z różnymi procesami i teksturami, a także wymyślać rozmaite unikalne zastosowania. Wśród nich znalazło się wykorzystanie technologii cyfrowej do ponownego odkrycia starodawnej mozaiki – XVI-wiecznego procesu, w którym artysta nakładał na dany obiekt kawałki okleiny, aby uformować ozdobne wzory, struktury i obrazy.

Jak twierdzi IDC, rozwój cyfrowych strategii biznesowych będzie napędzał ponad połowę wydatków przedsiębiorstw na technologie IT po 2016 roku. Dlatego ekspansja gospodarki cyfrowej stanie się kluczowym aspektem rozwoju cyfrowych łańcuchów dostaw i kanałów dystrybucji. IDC przewiduje, że do 2018 roku ponad połowa dużych firm nawiąże współpracę z branżowymi platformami chmurowymi lub stworzy własne, by zwiększyć skalę swoich cyfrowych łańcuchów dostaw i sieci dystrybucyjnych.

Bezpośredni wpływ europejskiej branży wnętrzarskiej na sektor druku jest oczywisty, jednak innowacje w technologiach drukarskich mają równie duży wpływ na sam proces projektowania. ○

Twenty2, tapeta 3D  
Źródło zdjęcia: <http://www.digitaltrends.com>





**Obiekty i zdobienia 3D**

Szybkość i precyzja druku 3D znacząco wpłynęły na branżę projektowania wnętrz. Możliwość wytwarzania niezwykle skomplikowanych modeli – od ozdób i zabawek po garnki i pojemniki – w ciągu zaledwie kilku godzin dała impuls do stworzenia całej fali nowych, niezwykle produktów.

**Plakaty i wydruki**

Unikalne dzieła sztuki nadają indywidualny charakter wnętrzom. Firmy sprzedające w internecie wyroby artystyczne drukowane na zamówienie, takie jak Society 6, sprawiły, że sztuka niezależna znów stała się przystępna cenowo.

**Podłogi**

Możliwość masowego wytwarzania projektów przy wykorzystaniu druku przemysłowego sprawiła, że stał się on popularną metodą produkcji drukowanych podłóg i linoleum. W bardziej zindywidualizowanych projektach można drukować cyfrowo żywe wzory na podłożu i nakładać je na gotową powierzchnię.

**Tapety i okładziny ścienne**

Drukowane okładziny ściene idealnie nadają się do przestrzeni komercyjnych, np. biur, sklepów lub kawiarni – są znakomitymi nośnikami zarówno żywej reklamy graficznej, jak i subtelnych oznaczeń marki.

**Tkaniny**

Jeżeli chodzi o tkaniny, nakładanie powłok i aktywnych materiałów tekstylnych może być skuteczniejsze przy użyciu druku cyfrowego niż przy zastosowaniu tradycyjnych metod.

# Dobrze zaprojektowana aranżacja

Dostawcy usług druku mogą przesuwac granice możliwości druku, tworząc unikalne wnętrza przy wykorzystaniu najnowszych technologii druku cyfrowego i 3D. Przyjrzyjmy się kilku z najpopularniejszych zastosowań, dzięki którym można stworzyć niepowtarzalne wnętrza.



# Proces innowacji

## Druk wielkoformatowy

FESPA oraz branżowa firma konsultingowa InfoTrends uznały światowy rynek tekstyliów ozdobnych, wart 165 mld USD, za najbardziej obiecujący segment branży druku wielkoformatowego. Wraz z wartym 21,2 mld USD rynkiem laminatów dekoracyjnych oraz 26-miliardowym sektorem okładzin ściennych zapewnia on dostawcom usług druku wielkoformatowego ogrom możliwości. Jednocześnie druk wielkoformatowy może być bardzo pomocny w zaspokajaniu dominującego obecnie popytu na masową personalizację.

Druk cyfrowy znacząco wpłynął na możliwość indywidualizacji wnętrz. Jego zalety w postaci niskich nakładów i personalizacji pozwalają zarówno konsumentom, jak i firmom uzyskiwać niepowtarzalny wygląd mieszkań i biur, głównie dzięki takim elementom jak grafika ścienna używana w holach hotelowych i salonach handlowych czy specjalne materiały budowlane, na przykład panele imitujące marmur o wartości kilkukrotnie niższej niż prawdziwy materiał.

Jak podkreślono w raporcie Think Personal firmy Canon, druk wielkoformatowy uprościł również procesy produkcyjne, optymalizując wydajność i jakość produkcji bardziej niż kiedykolwiek.

Oferta internetowych rozwiązań druku na żądanie, które pozwalają kreatywnym odbiorcom wyrażać się w niepowtarzalny sposób, jest szeroka. Oprócz tego zaczynają się pojawiać nowe powiązania pomiędzy produktami fizycznymi a cyfrowymi, co sprawia, że rynek ten staje się jeszcze bardziej dynamiczny. Dzięki rozwiązaniom web-to-print dostawcy usług druku mogą oferować personalizację jako usługę (personalization-as-a-service) bez względu na skalę ich działalności. Rozwój branży oprogramowania pozwala indywidualizować produkty za pomocą grafiki lub treści mimo braku specjalistycznych umiejętności, wspierając rozwijający się trend selekcjonowania treści przez odbiorcę, polegający na tym, że klienci sami projektują produkty dla siebie.

**Aby przyspieszyć swój rozwój i osiągnąć ambitny cel obrotów w wysokości 124 milionów GB, firma Bolton at Home przeniosła się do dwóch nowych biur i zatrudniła projektantkę Stellę Corrall do stworzenia nowego wystroju biurowych wnętrz, tak aby odzwierciedlał on wizję i aspiracje organizacji.**

**Współpracując z firmą Lintec Graphic Films i korzystając z jej folii Vitrocolour, Corrall wspięła się na wyżyny swojej kreatywności i stworzyła optymalne środowisko pracy pełne światła i przestrzeni, a jednocześnie zapewniające potrzebną w tego rodzaju działalności prywatność.**

**Zespół projektowy przetestował różne rozwiązania drukarskie, takie jak wycięcia i oszronienia oraz odważne połączenia kolorów. Folia Vitrocolour, która może zostać zadrukowana dowolną liczbą kolorów, umożliwia projektantom tworzenie odpornych na zarysowania, dynamicznych i przykuwających uwagę powierzchni szklanych. Przepuszczalność światła, barwy i usytuowanie to cechy, które można różnicować, tworząc niepowtarzalne wykończenia dostosowane do charakteru wnętrza. ○**

”

Każda strefa pomieszczeń biurowych ma inny wystrój i paletę barw, które razem tworzą energetyzujące środowisko pracy

“

Projektantka Stella Corrall,  
Lucentia Design,  
[enquiries@lucentia-design.com](mailto:enquiries@lucentia-design.com)





# Druk 3D

**Pojawienie się druku 3D miało ogromny wpływ na wiele różnych sektorów gospodarki. Firma Gartner przewiduje, że globalne wydatki konsumentów na drukarki 3D wzrosną z 1,6 mld USD w 2015 roku do około 13,4 mld USD w roku 2018, przy czym według PwC zindywidualizowane wydruki dekoracji mieszkalnych staną się jednym z kluczowych zastosowań technologii druku przyrostowego.**

Druk 3D rewolucjonizuje sposób działania firm produkcyjnych i inżynierskich, tworząc mnóstwo okazji biznesowych dla sektorów kreatywnych – szczególnie dla branży wnętrzarskiej. Jak pokazuje raport firmy Canon na temat projektowania produktów, druk 3D wnosi w ten proces dużą wartość.

Bezcenna jest możliwość tworzenia wstępnych modeli drukowanych prototypów w celu uzyskania akceptacji rynku i klienta, a także wprowadzania innowacyjnych rozwiązań oraz zwiększenia częstotliwości testów, dzięki czemu można uniknąć odrzucenia produktu na dalszym etapie rozwoju.

Szersze implikacje ekonomiczne druku 3D są również znaczące: badanie McKinsey Global Institute sugeruje, że w 2025 roku jego finansowy wpływ na światową gospodarkę może sięgać aż 550 mld USD rocznie.

Rosnąca dostępność drukarek 3D połączona ze stosunkowo szybkimi i niedrogimi procesami to ważne czynniki, które sprawiają, że nie można bagatelizować wpływu tej technologii na branżę wnętrzarską. Druk 3D pozwala projektantom eksperymentować z nowymi kombinacjami materiałów, nietypowymi kształtami i niespotykanymi obiektami. Już teraz zaczyna być wykorzystywany w projektowaniu i produkcji mebli, oświetlenia oraz ornamentów dekoracyjnych zarówno we wnętrzach komercyjnych, jak i mieszkalnych.

Projektant oświetlenia, Robert Debanne, używa drukarki 3D, by wyjść poza tradycyjne metody drukowania. Dzięki niej zyskuje narzędzia potrzebne do podświetlania układów geometrycznych we wszystkich swoich nowoczesnych projektach.

Jest to również idealna metoda tworzenia spersonalizowanych przedmiotów, czyli takich, które są jedyne w swoim rodzaju. ○

”

Druk 3D umożliwi użytkownikom nieograniczone możliwości personalizacji – od mebli po drobne akcesoria. Na naszych oczach dokonuje się transformacja od projektowania niewielkiej liczby wzorów dostępnych dla mas po oferowanie zindywidualizowanych projektów dostosowanych do wymagań poszczególnych odbiorców.

“

**Janne Kyttänen, współzałożyciel holenderskiego studia projektowego Freedom of Creation**



**Akustyczny sufit dla firmy technologicznej:**

Drukowane panele aluminiowe uformowane w kształt litery U (lamelle) używane jako rozwiązanie akustyczne. Elkeslasi Surface Design

# Wnioski

Umożliwienie produkcji to jedno – sprzedaż tych produktów to zupełnie inna sprawa. Aby idea drukowanych wykończeń wnętrz mogła odnieść sukces, firmy muszą chcieć inwestować i rozwijać swoją ofertę, używając odpowiednich narzędzi i korzystając ze specjalistycznego doradztwa. We współczesnym silnie zindywidualizowanym i spersonalizowanym świecie, drukowane cyfrowo dekoracje odmieniają wnętrza, w których mieszkamy, pracujemy i wypoczywamy; nikt nie skorzysta na tym bardziej niż dostawcy usług druku. Możliwość dostarczenia czegoś niepowtarzalnego sama w sobie stanowi ważny przełom, ale robienie tego na skalę większą niż kiedykolwiek – ma potencjał rewolucyjny.

Wszyscy znamy potęgę druku – wiemy, że można go wykorzystywać na wiele sposobów w różnych branżach, od przygotowywania wstępnego projektu po produkcję końcową. Wielu dostawców już teraz stosuje rozwiązania drukarskie na szerokiej gamie materiałów. Jednak możliwości są praktycznie nieprzebrane i wszystkie firmy powinny zastanowić się nad tym, jak korzystać z rozwiązań druku, by rozwinąć swą działalność i zwiększyć zyski. ○

”

Globalne trendy, takie jak ekologia i recykling są żywo obecne we współczesnej branży wnętrzarskiej. Architekci i projektanci szukają nowych metod ochrony zasobów naturalnych, a jednocześnie chętnie stosują naturalne materiały, takie jak cement, rdza, drewno czy marmur. Dlatego możemy się spodziewać coraz większej liczby nietypowych zastosowań, które są dostępne dzięki najnowszym technologiom.

**Giora Elkeslasi, Elkeslasi Surface Design** “

“



Okladzina elewacyjna hotelu David Tower:  
Drukowane panele z kompozytu aluminium,  
Elkeslasi Surface Design



## Co dalej?

### Przeprowadź własne badania

Jeśli wyróżniasz się wrażliwością na otoczenie, w którym przebywasz, to zdziwisz się możliwościami, jakie niosą ze sobą wykończenia drukowane cyfrowo. Zwróć uwagę, jak wykorzystuje się druk do dekorowania wnętrz i ile spośród dekoracji, które codziennie widzimy, jest drukowanych cyfrowo.

Warto również zidentyfikować sektory, do których Twojej firmie jest najbliższej. Poszczególne segmenty rynku wnetrzarskiego mają różne wymagania.

Mogą do nich należeć:

- Tworzenie przestrzeni o wysokich walorach estetycznych, np. w hotelach czy restauracjach
- Wpływanie na doznania klienta, np. w punktach sprzedaży detalicznej
- Zapewnianie estetycznych i wysoce funkcjonalnych wnętrz, np. komercyjnych lub szpitalnych
- Personalizacja i indywidualizacja, np. w segmentach konsumenckich

### Oceń własne możliwości

Zastanów się, które obszary branży wnetrzarskiej mają najwyższy wskaźnik adopcji technologii cyfrowych na Twoim rynku. Czy dostrzegasz lokalne trendy w urządzeniu wnętrz, które mogą wpłynąć na szersze wykorzystanie technologii cyfrowych? Jak popularna jest personalizacja i indywidualizacja? Czy konsumenci mają do nich wystarczający dostęp? I wreszcie – jakie talenty kreatywne masz w swojej firmie i jakie zalety swoich dostawców i klientów możesz wykorzystać? Producenci nośników ciągle tworzą nowe materiały na potrzeby rosnących rynków, więc pielęgnuj kontakty z lokalnymi dostawcami, by utrzymać przewagę nad konkurencją dzięki dostępowi do nowych rozwiązań. Jeśli masz klientów, którym możesz zaoferować zastosowania dekoracyjne, warto zacząć od nich.

### Zastanów się nad swoją technologią

Aby zacząć korzystać z rozwijającego się sektora produktów na żądanie, trzeba wprowadzić cyfrowe procesy i rozwiązania. Zastanów się, jak możesz połączyć swoje możliwości druku cyfrowego z innymi procesami, aby stworzyć niepowtarzalną, ciekawą ofertę. Mogą to być na przykład procesy druku analogowego lub trójwymiarowego. Jakie procesy pre-press – od oprogramowania, przez obróbkę wstępną, po wykończenia – możesz zastosować lub uwzględnić?

Ciekawe efekty uzyskasz, wykorzystując tekstury wykonane z wielu warstw tuszu, a także wzory z lakieru lub specjalne wykończenia. Eksperymentuj i maksymalnie wykorzystuj swoją kreatywność oraz możliwości urządzeń drukujących, aby stworzyć niezwykle i interesujące próbki dla klientów. Pamiętaj, że oryginalność to klucz do inspiracji.

### Świeć przykładem

Wprowadź w siedzibie swojej firmy elementy wystroju wnętrza, które będą drukowane cyfrowo. Czy istnieje lepszy sposób na pochwalenie się kreatywnością, jakością i szerokim wachlarzem zastosowań ze swojej oferty, niż przedstawienie ich na żywo w całej okazałości? Odwiedzaj lokalne wystawy designu i aranżacji wnętrz, by czerpać z nich inspirację i poznawać nowe koncepcje, dzięki którym będziesz zawsze na bieżąco.

### Skontaktuj się z firmą Canon

Nasi eksperci są do Twojej dyspozycji. Nasza oferta, jedna z najszerszych na rynku, obejmuje wiele urządzeń wielkoformatowych, od ploterów płaskich UV i ploterów tnących po systemy atramentowe, CrystalPoint oraz jednoprzebiegowe. Zapewniamy pomoc w zdobywaniu umiejętności, które umożliwiają eksplorowanie nowych obszarów druku i zastosowania materiałów – dzięki nim stworzysz atrakcyjną ofertę dla istniejących i potencjalnych klientów. ○



**Mikado Art**  
Drukowane belki aluminiowe mikado,  
Elkeslasi Surface Design



Zasubskrybuj pełen inspiracji  
magazyn Think Digital na stronie  
[www.canon.pl/thinkdigital](http://www.canon.pl/thinkdigital)

Śledź nas na Twitterze  
Twitterze: @CanonProPrintPL

lub napisz do nas:  
[wieloformatowe@canon.pl](mailto:wieloformatowe@canon.pl)  
[3d@canon.pl](mailto:3d@canon.pl)

**Canon**