



LIVRE BLANC

LE MARCHÉ DU GRAND FORMAT : TENDANCES, OPPORTUNITÉS ET OBSTACLES

AVRIL 2018





contenu

Sommaire

Introduction	2
Optimisme et croissance du marché.....	2
Toujours plus de diversification	3
Un grand nombre d'opportunités !.....	3
Applications sur le lieu de vente :	3
Textiles et toiles (signalétique souple)	4
Bannières.....	6
Domaines spécifiques, marchés de niches.....	6
Offre d'une solution complète	7
L'opinion d'InfoTrends	8

Liste des figures

Figure 1 : Volume mondial d'impressions de production grand format	2
Figure 2 : Exemple d'affichage en toile tendue	5



Introduction

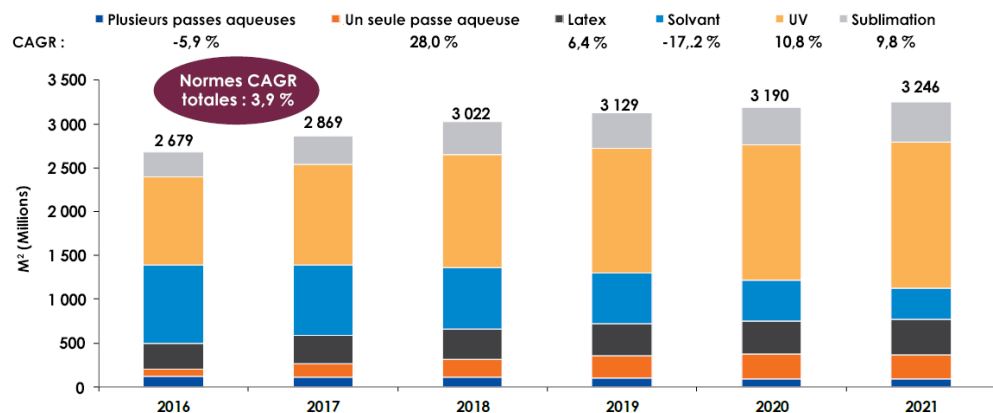
Les imprimeurs d'aujourd'hui explorent de nouveaux chemins qui leur permettent de diversifier leurs offres, d'accroître leur chiffre d'affaires et de satisfaire davantage leurs clients. Une ligne complète de produits grand format peut permettre aux entreprises de communication visuelle, de graphisme et de signalétique de capitaliser sur les nouveaux segments émergents du marché. Ce livre blanc mentionne des données récentes de la société Keypoint Intelligence – InfoTrends (InfoTrends) pour mettre en avant des sphères au potentiel inexploité au sein du marché de l'impression grand format.

Optimisme et croissance du marché

Au début de l'année 2018, InfoTrend a terminé son étude la plus récente via un partenariat permanent avec FESPA. Cette année, plus de 1 400 personnes provenant de plus de 102 pays dans le monde ont répondu à l'enquête. Les participants à l'enquête représentent des segments de l'industrie et des arts graphiques très variés, dont l'impression est l'activité principale. Les participants restent assez optimistes quant à leur propre activité et à l'ensemble du secteur, et cet optimisme perdure depuis que le partenariat InfoTrends/FESPA a commencé, voilà 11 ans. La valeur moyenne du grand format présente un taux de croissance annuel composé (CAGR) de 2,3 % entre 2007 et 2018.

Selon les données de prévision les plus récentes d'InfoTrends, certains secteurs du marché mondial de l'impression de production grand format continuent de se développer régulièrement. Comme illustré dans la figure ci-dessous, on estime que les volumes d'impressions avec sublimation, UV, latex, à une seule passe aqueuse vont plus que contrebalancer le déclin du volume d'impressions graphiques aqueuses conventionnelles et à solvants. La croissance des technologies d'impression numérique continue de se consolider grâce au développement constant de nouveaux segments professionnels. Bien que ce marché soit en pleine maturation, InfoTrends pense qu'il est assez diversifié pour pouvoir continuer à se développer.

Figure 1 : Volume mondial d'impressions de production grand format



Source : Prévisions mondiales d'impressions grand format : 2016-2021; Keypoint Intelligence – InfoTrends 2017



Toujours plus de diversification

Le marché du grand format est très développé et varié et il est en pleine expansion. Des produits spécialisés comme les imprimantes sur textile de signalétique souple et les matériels d'impression directe sur vêtement viennent insuffler une nouvelle énergie dans le marché. Les innovations technologiques florissantes ont effacé les lignes qui existaient auparavant et le secteur du grand format est maintenant bien moins segmenté qu'il y a quelques années. Les propriétaires de marque qui avaient des difficultés à pénétrer le marché trouvent désormais d'autres façons d'élargir leurs offres, d'augmenter leur chiffre d'affaires et de satisfaire davantage leurs clients. De nos jours, il n'est pas inhabituel que des magasins de copie ou des entreprises d'impressions numériques proposent des produits spécialisés pour les publicités ou qu'ils offrent la possibilité d'imprimer sur des supports non standards (papier peint, cuir synthétique, etc.). En même temps, des imprimeurs spécialisés, positionnés sur des niches, sont en train de revenir à des offres plus traditionnelles, et d'autres entreprises qui n'avaient jamais proposé d'impressions grand format jusqu'à présent arrivent sur le marché au fur et à mesure que les obstacles tombent.

Un grand nombre d'opportunités !

L'intérêt grandissant pour le marché du grand format et ses activités florissantes sont de bonnes choses pour l'industrie dans son ensemble, mais cela réveille aussi une dure concurrence. Sur le marché d'aujourd'hui qui compte de plus en plus d'acteurs, il est devenu encore plus difficile pour les marques et leurs produits de se faire une place. Bien que le marché du grand format ait son lot d'obstacles, il continue d'offrir des opportunités de croissance aux propriétaires de marques astucieux.

Applications sur le lieu de vente :

Dans les commerces, les graphisme et les panneaux grand format peuvent être utilisés pour orienter les acheteurs, fournir des informations et susciter de l'intérêt pour les produits et les services. Désormais, la plupart des articles peuvent être achetés en ligne sans aucun passage en magasin. Les commerçants doivent par conséquent développer de nouvelles façons d'attirer les consommateurs dans leurs magasins. La bonne nouvelle est que les emplacements physiques offrent quelque chose que les commerçants en ligne ne peuvent pas reproduire : une expérience interactive, en immersion. Le commerce en ligne est une activité principalement visuelle tandis qu'un achat dans un commerce fait appel aux cinq sens.

Bien que les affiches, les bannières et les panneaux restent des moyens essentiels pour générer plus de visites et susciter plus d'intérêt, certains annonceurs adoptent des approches créatives et innovantes, pour capturer l'attention du client, l'impliquer davantage et le fidéliser. Par exemple :

- ◆ Les adhésifs pour vitrine peuvent être utilisés pour inciter les passants à entrer dans un magasin qu'ils auraient autrement ignoré. Une fois que les personnes sont dans le magasin, les graphiques au sol peuvent être utilisés pour les orienter vers des emplacements spécifiques, suivant qu'elles souhaitent recevoir un devis/un conseil, obtenir des échantillons gratuits ou voir une démonstration de produit.
- ◆ Il est possible d'imprimer des panneaux ou des bannières comportant des QR codes. Ces derniers peuvent être scannés à distance et proposer aux consommateurs des vidéos informatives ou d'autres informations sur les produits.
- ◆ Les décorations permettent de créer une atmosphère ou d'avoir un impact visuel fort et d'engendrer plus d'achats. Par exemple, les restaurants peuvent ajouter des revêtements muraux et d'autres touches chaleureuses pour offrir aux clients une atmosphère agréable et accueillante. Les magasins de meubles peuvent faire la même chose, en créant de belles présentations qui permettent aux clients de visualiser certaines pièces et la façon dont les meubles peuvent être agencés chez eux. Ces deux approches peuvent déclencher une réponse émotionnelle pouvant ensuite se convertir en une augmentation de profits.



Décorations dans un restaurant de quartier

Textiles et toiles (signalétique souple)

Si le vinyle, le plastique et le papier sont utilisés depuis très longtemps pour la signalétique, les textiles et les toiles sont de plus en plus tendance. Les applications de signalétique souples offrent un certain nombre d'avantages, y compris des couleurs plus riches, des effets qui attirent l'œil, des options attrayantes de rétro-éclairage, moins de déformation et de décoloration, la possibilité de créer des affichages sur des structures courbes, de les plier ou de les enrouler facilement. Les affichages en toile tendue sont assez courants à présent et de nombreuses entreprises d'organisation d'expositions et de salons ont recours à l'impression sur textiles pour créer des affichages ou des stands.



Figure 2 : Exemple d'affichage en toile tendue



Autre avantage, les procédés d'impression des affichages souples sont assez semblables aux procédés d'impression traditionnels. Il n'est donc pas requis de suivre un apprentissage spécifique pour ces applications. Bien que les textiles et les tissus nécessitent des encres, des substrats et des imprimantes plus sophistiqués, les nouvelles technologies permettent plus facilement que jamais de répondre à ces exigences. Les encres d'aujourd'hui, non toxiques et à base d'eau, répondent aux exigences de respect de l'environnement des autorités publiques, des entreprises et des consommateurs. Les encres latex sont très polyvalentes et indiquent de faibles niveaux de composés organiques volatils (COV) par rapport aux encres à solvant. De plus, les capacités de séchage et d'adhésion des encres ont été considérablement repensées et les encres latex sont ainsi devenues une bien meilleure option en termes d'efficacité et de température de séchage que par le passé. Ces dernières années, le secteur a également connu un certain nombre d'innovations liées au tissu, comme les toiles tendues, les matériaux extensibles, un besoin moindre de recouvrement et de meilleures options de rétroéclairage. En termes de périphériques, les imprimantes à jet d'encre directement sur textile ont ouvert la voie à une foule d'options pour les affiches, les grands graphismes, les drapeaux, les bannières, l'ameublement et l'habillement. Certains matériels peuvent également s'adapter aux tissus comme au papier sans devoir changer d'encre, tandis que d'autres peuvent stabiliser les matériaux flexibles qui peuvent se détendre pendant l'impression.

Bien qu'il existe certains problèmes liés à l'impression sur textiles et tissus, la plupart peuvent être résolus en ayant des connaissances sur les meilleurs équipements, encres et matériaux pour la tâche. En surmontant ces petits obstacles au début, les magasins de copie peuvent se démarquer de la concurrence et susciter de l'intérêt auprès d'une base de clients plus étendue en proposant une signalétique souple.



Bannières

Les bannières PVC et non PVC permettent aussi à une entreprise d'être plus visible et davantage reconnue. Pour une utilisation en intérieur, plusieurs options simples, économiques et avec un impact fort sont disponibles. Les bannières en extérieur durent plus longtemps, résistent aux intempéries, sont disponibles dans plusieurs formats et peuvent être accrochées de diverses façons. De nombreuses bannières peuvent être éclairées par l'avant, par l'arrière ou par les deux et il existe aussi des options adhésives. Certaines bannières PVC peuvent être imprimées avec une technologie à séchage par UV, un procédé qui respecte davantage l'environnement sans compromettre la qualité.

Domaines spécifiques, marchés de niches

En plus des applications mentionnées ci-dessus, certains domaines spécifiques suscitent eux-aussi un certain intérêt. Voici des exemples de certaines niches intéressantes qui offrent de nouvelles opportunités dans le marché du grand format :

- ♦ **Habillage des véhicules** : l'habillage des véhicules est de plus en plus adopté par les entreprises qui souhaitent faire leur propre promotion à moindres coûts, avec des possibilités illimitées de personnaliser l'habillage. Les films de lamination texturés offrent une variété d'effets spéciaux, dont les aspects métalliques brossés ou imitant le grain du bois. Les consommateurs et les entreprises peuvent avoir des véhicules avec des surfaces unies ou quasiment n'importe quelle image imprimée. En plus d'apporter une touche personnelle, ces habillages protègent aussi la peinture d'origine du véhicule, et par conséquent sa valeur à la revente !
- ♦ **Mobilier pour la maison** : le mobilier pour la maison et la décoration d'intérieur représentent un secteur intéressant car ils attirent les entreprises comme les consommateurs. Pour les commerçants, la décoration d'intérieur permet de créer une atmosphère et d'offrir un environnement identique dans tous les magasins, ce qui vient renforcer l'identité de la marque. De plus, des "pop-up stores" qui opèrent pour une courte durée (par exemple pendant les vacances de Noël et pour Halloween) ont souvent besoin d'options respectueuses de l'environnement, facilement transportables et économiques pour décorer l'espace de vente. Sur le marché de la consommation, les avancées technologiques permettent maintenant d'imprimer numériquement du papier peint, des décorations pour fenêtre, des mosaïques en céramique et du revêtements de sol.
- ♦ **Hébergement** : les hôtels et les complexes touristiques veulent souvent suivre un thème afin d'avoir un aspect et une atmosphère homogènes dans tout le bâtiment. Cela est possible en ajoutant des rideaux, des dessus de lit ou du papier peint avec un motif de décoration semblable à celui des meubles dans l'entrée ou du comptoir d'accueil. De plus, les chaînes d'hôtel dans un pays ou dans le monde entier souhaitent offrir un environnement familier, que les clients connaissent afin qu'ils ne soient pas dépaysés lorsqu'ils visitent tel ou tel hôtel. La décoration est un aspect qui permet d'offrir un environnement familier « comme à la maison » pour les clients qui voyagent souvent ou les familles en vacances.
- ♦ **Éléments d'architecture** : l'industrie du bâtiment (architecture, ingénierie et construction) fait largement appel aux impressions telles que les illustrations, les dessins de CAO et les rendus de haute résolution. Les avancées constantes des technologies d'impression numériques ont levé un grand nombre de barrières qui privaient auparavant le secteur de la décoration de matériaux de construction, dont le bois, l'asphalte et le métal.



Les architectes, les décorateurs d'intérieur et d'autres professionnels qui espèrent répondre à l'augmentation de demandes individuelles, cherchent de nouveaux matériaux et de nouvelles applications afin de personnaliser les environnements. Nous constatons maintenant un afflux d'applications imprimées numériquement, y compris des papiers peints, des tissus d'ameublement, des stores, des habillages en vinyle et des toiles.

Offre d'une solution complète

De plus en plus d'entreprises d'impressions grand format cherchent à devenir des fournisseurs de solutions complètes en proposant en interne des services d'impression et de finition.

Les périphériques de finition d'aujourd'hui offrent un débit rapide, ce qui permet d'automatiser et de rendre plus efficaces les flux de production.

Selon l'étude réalisée par Keypoint Intelligence – InfoTrends intitulée *Looking for Big Opportunity in Graphic Communications & Specialty Printing*, (Recherche d'importantes opportunités dans les communications graphiques et l'impression spécialisée), plus de 66 % des participants offrant des panneaux/affichages/graphismes spécialisés considéraient que c'était important ou très important de développer leurs services pour devenir un fournisseur unique. Comme pour l'impression grand format, les technologies améliorées et nouvelles permettent de fournir une solution complète. Même les fournisseurs de services plus petits peuvent désormais développer leurs capacités et prendre en charge le travail de finition en interne. Cela permet alors d'offrir aux clients une expérience d'achat à fournisseur unique.



L'opinion d'InfoTrends

L'industrie du grand format offre de nombreuses opportunités aux nouveaux arrivants sur le marché, ainsi qu'aux détaillants de communication graphique/signalétique établis. Les innovations technologiques ont effacé les lignes dans l'industrie et la transition permet aux entreprises d'accepter un choix de tâches grand format plus vaste que jamais. De plus, les propriétaires de marque qui avaient des difficultés à pénétrer le marché du grand format dans le passé trouvent que de nombreuses barrières pour y arriver sont en train de tomber. Si ces changements sont une bonne chose pour l'ensemble de l'industrie, ils impliquent également un défi majeur pour les marques d'aujourd'hui : se démarquer et capter l'attention du client.

Il y a des défis, mais les opportunités qu'offre ce marché sont prometteuses. Aucun fournisseur de service d'impression ne peut tout offrir à tous les clients. Il est donc essentiel de penser en stratégie. Réfléchissez d'abord aux besoins de vos clients actuels, puis envisagez des étapes suivantes logiques. Pourriez-vous vous développer au sein de marchés adjacents ou vous adapter pour répondre à plus de demandes en réalisant quelques investissements ? Pouvez-vous devenir un fournisseur unique et attiré en intégrant davantage de vos services en interne ? La vraie clé de la réussite au sein du marché actuel est de savoir se différencier. Si vous pouvez faire en sorte que votre entreprise se démarque auprès de vos clients, vous avez plus de chance de réaliser une croissance profitable dans l'industrie du grand format en constante évolution.



auteurs

**Eve Padula**

Analyste
d'études
responsable
+ 1 781-616-2170

**Steve Urmano**

Directeur
+ 1 781-616-2129



Eve Padula est analyste d'études responsable pour Keypoint Intelligence – InfoTrends aux services des stratégies de développement commercial et de conseils en communication client. Elle a, entre autres responsabilités, la promotion et la distribution du contenu d'InfoTrends, l'assistance offerte aux clients et canaux pour concevoir des programmes de développement commerciaux, la génération de contenu de services et d'études sur de nombreux clients et aussi la gestion du cycle d'édition pour plusieurs types de livrables.

Steve Urmano est directeur du service de consulting en impression grand format chez Keypoint Intelligence – InfoTrends. Il développe des prévisions annuelles du marché mondial pour le matériel et les consommables utilisés au sein des marchés de l'impression grand format. Il a pour responsabilités de mener de nombreuses études principales chaque année sur le marché du grand format d'après une base de clients et dans le cadre d'études syndiquées.

[Des commentaires ou des questions ?](#)

Ce matériel est spécifiquement préparé pour les clients d'InfoTrends, Inc. Les opinions exprimées représentent notre interprétation et notre analyse des informations disponibles en général auprès du public ou transmises par des personnes autorisées dans les entreprises concernées. Nous pensons que les sources d'informations sur lesquelles notre matériel repose sont fiables et nous avons usé de notre meilleur jugement professionnel quant aux données obtenues.

4AA7-2931FRE