



WHITE PAPER

TENDENZE, OPPORTUNITÀ E SFIDE DEL MERCATO DELLA STAMPA DI GRANDE FORMATO

APRILE 2018





Sommario

Sommario

Introduzione	2
Ottimismo e crescita del mercato.....	2
Costante diversificazione	3
Abbondanza di opportunità	3
Applicazioni POP	3
Stampa tessile (soft signage)	4
Striscioni.....	5
Aree specializzate/mercati di nicchia	6
Fornitura di una soluzione totale	7
Opinione di InfoTrends	8

Elenco delle figure

Figura 1 - Volume globale di stampa in grande formato	2
Figura 2 - Esempio di un display tessile tensionato	4



Introduzione

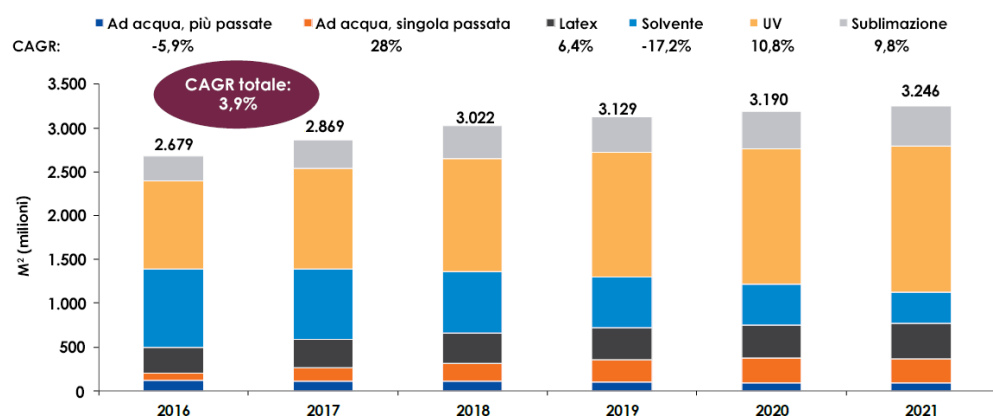
Gli stampatori di oggi sono alla ricerca di nuovi modi per ampliare i loro portafogli di prodotti, incrementare il fatturato e aumentare la soddisfazione del cliente. Un'ampia gamma di prodotti di grande formato può consentire ai produttori di insegne, grafica e comunicazione visiva di capitalizzare su segmenti di mercato nuovi ed emergenti. Le aree di potenziale inesplorato nel mercato della stampa di grande formato messe in evidenza in questo white paper sono il risultato dell'analisi e dell'interpretazione dei dati ottenuti dalle ultime ricerche condotte da Keypoint Intelligence - InfoTrends (InfoTrends).

Ottimismo e crescita del mercato

All'inizio del 2018, InfoTrends ha completato il suo ultimo studio frutto di una collaborazione continua con FESPA. All'indagine hanno preso parte più di 1.400 persone di 102 paesi in tutto il mondo. I partecipanti all'indagine sono rappresentanti di una vasta gamma di settori di arti grafiche e industriali, la cui attività principale ruota attorno alla stampa. In linea con l'ottimismo persistente mostrato sin dall'inizio della collaborazione tra InfoTrends e FESPA nata 11 anni fa, gli intervistati continuano a essere piuttosto ottimisti riguardo alla propria attività e al settore del grande formato in generale. Il valore medio della stampa di grande formato ha dimostrato un tasso di crescita annuale composto (CAGR, Compound Annual Growth Rate) del 2,3% tra il 2007 e il 2018.

Secondo i dati previsionali più recenti di InfoTrends, alcuni settori del mercato globale della stampa di produzione di grande formato continuano a registrare una buona crescita. Come mostrato nella figura sotto, si prevede che la crescita dei volumi della stampa a base acqua a singola passata, Latex, UV e a sublimazione godrà di un aumento, al contrario dei volumi di stampa delle soluzioni a solvente e a base acqua tradizionali. Le tecnologie di stampa digitale continuano a mostrare una forte crescita in virtù del continuo sviluppo di nuove aree di business. Sebbene questo mercato stia raggiungendo una fase di maturità, InfoTrends ritiene che la sua diversità lo manterrà su una traiettoria di crescita positiva.

Figura 1 - Volume globale di stampa in grande formato



Fonte: Global Wide Format Printing Forecast: 2016-2021; Keypoint Intelligence - InfoTrends 2017



Costante diversificazione

Il mercato della stampa di grande formato è ampio, diversificato e in continua espansione. Prodotti specializzati come quelli per il soft signage e la stampa diretta su abbigliamento stanno contribuendo a ridare impulso al mercato. In seguito alle continue innovazioni tecnologiche che hanno reso meno nette le linee di demarcazione di una volta, l'attuale panorama della stampa di grande formato è molto meno segmentato rispetto a qualche anno fa. Ai brand che in passato potevano aver avuto difficoltà a penetrare in questo mercato si stanno aprendo opportunità per ampliare la loro offerta, aumentare i guadagni e migliorare la soddisfazione del cliente. Non è raro oggi che le aziende specializzate in insegne e cartellonistica o i centri stampa digitali offrano prodotti promozionali specializzati o proponano servizi di stampa su supporti non convenzionali, come carta da parati e pelle sintetica. Allo stesso tempo, alcuni stampatori di nicchia/specializzati si stanno orientando verso offerte più tradizionali, mentre altre aziende, che non hanno mai offerto il grande formato in passato, si stanno affacciando a questo mercato, favorite dal continuo abbattimento degli ostacoli.

Abbondanza di opportunità

Se, da un lato, l'aumento d'interesse e d'attività nel mercato del grande formato è positivo per il settore in generale, dall'altro alimenta una concorrenza agguerrita. Nel mercato sempre più affollato di oggi, brand e relativi prodotti si distinguono sempre più a fatica. Sebbene il mercato del grande formato non sia privo di sfide, esistono ancora numerose opportunità di crescita per i brand esperti.

Applicazioni POP

Nei punti vendita del settore retail, è possibile utilizzare segnaletica e grafica di grande formato per guidare gli acquirenti, fornire informazioni e generare interesse per prodotti e servizi. Ora che la maggior parte dei prodotti può essere acquistata online senza doversi mai recare fisicamente in un punto vendita, è necessario che gli operatori del retail sviluppino nuovi modi per attirare i consumatori nei loro esercizi. La buona notizia è che i negozi tradizionali offrono qualcosa che i rivenditori online non possono ricreare: un'esperienza d'acquisto interattiva e coinvolgente.

Lo shopping online è in gran parte visivo, mentre un acquisto al dettaglio può coinvolgere tutti e cinque i sensi.

Sebbene poster, striscioni e cartelli siano essenziali per generare traffico fisico e creare interesse, alcuni marketer stanno adottando approcci nuovi e creativi per creare la consapevolezza del marchio, aumentare il coinvolgimento e la fedeltà dei clienti. Ad esempio:

- ♦ La grafica per vetrine può essere utilizzata per indurre i passanti a entrare in un punto vendita locale che in genere potrebbero ignorare. Una volta dentro il negozio, la grafica da pavimento può essere utilizzata per indirizzare i visitatori verso un'area specifica dove potrebbero, ad esempio, ricevere preventivi/consulenza, ottenere campioni gratuiti o assistere a dimostrazioni di prodotti.



- ◆ Insegne o striscioni stampati possono includere codici QR scansionabili da lontano dai consumatori se desiderano essere indirizzati a video informativi o a specifiche di prodotto aggiuntive.
- ◆ Le decorazioni possono promuovere gli acquisti creando un'atmosfera coinvolgente o un notevole impatto visivo. Ad esempio, l'aggiunta di rivestimenti murali e altri tocchi accoglienti all'interno di punti di ristoro può contribuire ad aumentare il livello di comfort dei clienti. I negozi di mobili possono adottare un approccio simile, allestendo i propri spazi di vendita in modo tale da offrire ai clienti spunti d'arredo da ricreare nelle loro abitazioni. Entrambi questi approcci possono creare una risposta emotiva che potrebbe generare un aumento di profitti.



Decorazioni in un ristorante locale

Stampa tessile (soft signage)

Il vinile, la plastica e la carta sono da sempre i materiali più utilizzati per la segnaletica, tuttavia tessuti e prodotti tessili stanno acquistando sempre più popolarità. Le applicazioni di soft signage offrono numerosi vantaggi, come colori più intensi, effetti più accattivanti e meno arricciature/decolorazioni, nonché opzioni suggestive di retroilluminazione, possibilità di creare display su strutture curve e di piegare o arrotolare le stampe senza danneggiarle. I display tessili tensionati sono diventati piuttosto popolari e le aziende che operano nel settore fieristico hanno adottato la stampa tessile non solo per la creazione di insegne, ma anche per la realizzazione dei loro stand.

Figura 2 - Esempio di un display tessile tensionato





Un altro vantaggio è che i processi coinvolti nella produzione di soft signage non sono nettamente diversi dai processi di stampa più tradizionali, quindi non ci sono difficoltà di apprendimento associate alla produzione di queste applicazioni. Sebbene i materiali tessili richiedano inchiostri, supporti di stampa e stampanti più sofisticati, gli operatori possono contare sulle nuove tecnologie a disposizione per svolgere agevolmente il loro lavoro. I moderni inchiostri atossici a base acqua rispondono ai requisiti dei consumatori, delle aziende e degli enti pubblici in materia di forniture e processi rispettosi dell'ambiente. Gli inchiostri Latex sono particolarmente versatili e presentano livelli più bassi di composti organici volatili (VOC) rispetto agli inchiostri a base di solvente. Inoltre, le capacità di curing e adesione dell'inchiostro sono notevolmente migliorate, rendendo gli inchiostri Latex una scelta migliore per efficienza e temperatura di indurimento. Negli ultimi anni, il settore ha anche assistito all'introduzione di numerose innovazioni nell'ambito dei materiali tessili, tra cui tessuti in tensione, materiali estensibili, ridotta necessità di rivestimento e opzioni di retroilluminazione avanzate. Dal punto di vista dei dispositivi, le stampanti a getto d'inchiostro che stampano direttamente su tessuto hanno dato impulso a innumerevoli opzioni per insegne, grafica per fiere, bandiere, striscioni, arredamento per la casa e abbigliamento. Alcuni dispositivi possono anche supportare tessuti e carta senza richiedere il cambio di inchiostri, mentre altri possono stabilizzare i materiali flessibili che tendono a deformarsi durante il processo di stampa.

Sebbene la stampa su tessuto presenti alcune difficoltà, la maggior parte di queste può essere gestita individuando le attrezzature, l'inchiostro e i materiali più adatti al lavoro da eseguire. Superando alcuni piccoli ostacoli iniziali, i centri stampa possono distinguersi dalla concorrenza e attirare una clientela più ampia grazie all'offerta di soft signage.

Striscioni

Gli striscioni in PVC o non PVC sono un altro ottimo modo attraverso cui le aziende possono migliorare la loro visibilità e aumentare la consapevolezza del marchio. Per uso interno, sono disponibili diverse opzioni leggere, convenienti e accattivanti. Gli striscioni per uso esterno offrono maggiore durata, resistenza agli agenti atmosferici e un'ampia gamma di opzioni di sospensione e formati. Molti striscioni possono essere illuminati frontalmente, retroilluminati, fronte/retro o addirittura autoadesivi. Alcuni striscioni non PVC possono essere stampati con tecnologia UV, consentendo un processo più eco-compatibile senza compromettere la qualità.



Aree specializzate/mercati di nicchia

Oltre alle applicazioni illustrate sopra, anche alcune aree specializzate stanno generando un certo interesse. Esempi di nicchie di mercato interessanti che presentano nuove opportunità per il settore del grande formato includono:

- ♦ **Pellicole avvolgenti per veicoli (car wrapping):** le pellicole avvolgenti per veicoli hanno trovato sempre più riscontro tra le aziende che desiderano un mezzo promozionale economico e al contempo incredibilmente personalizzabile. Le pellicole laminate testurizzate offrono una varietà di effetti speciali, tra cui venatura del legno e metallo satinato. Consumatori e aziende possono avvolgere i loro veicoli con pellicole a colori in tinta unita o praticamente con qualsiasi immagine stampata. Oltre a creare un tocco personale, queste pellicole contribuiscono a proteggere la vernice originale del veicolo e, per estensione, il suo valore di rivendita.
- ♦ **Arredi per la casa:** gli arredi per la casa e la decorazione d'interni rappresentano aree interessanti perché attraggono sia le aziende che i consumatori. Per gli operatori del retail, la decorazione d'interni contribuisce a creare un look simile in tutti i loro punti vendita e a migliorare l'identità del loro marchio. Inoltre, i negozi "pop-up" che sono operativi per un breve periodo (ad es. durante le festività come il Natale) spesso hanno bisogno di opzioni economiche, facilmente trasportabili ed eco-compatibili per decorare i propri spazi. Grazie ai progressi tecnologici del settore, ora il mercato consumer può scegliere tra carta da parati, ornamenti per finestre, piastrelle di ceramica e pavimenti realizzati con la stampa digitale.
- ♦ **Ospitalità:** hotel e resort spesso desiderano creare uno stile preciso e unico che venga riflesso in ogni ambiente delle loro strutture. A tal fine, possono aggiungere tendaggi, copriletti o carta da parati con lo stesso motivo decorativo degli arredi della hall principale o dell'area della reception. Inoltre, le catene nazionali o globali a volte vogliono creare un ambiente familiare e coerente in tutte le location in modo che i visitatori sappiano sempre cosa aspettarsi quando visitano un determinato hotel. Il décor può aiutare a creare una sorta di "casa lontano da casa" per famiglie in vacanza o viaggiatori frequenti.
- ♦ **Elementi architettonici:** il settore dell'architettura, dell'ingegneria e dell'edilizia (AEC) fa grande affidamento su elementi stampati come illustrazioni, disegni CAD e rendering ad alta risoluzione. I continui progressi nella tecnologia di stampa digitale hanno eliminato molte delle barriere che un tempo ostacolavano la decorazione dei materiali per l'edilizia, inclusi legno, asfalto e metallo.

Architetti, interior designer e altri professionisti che sperano di far fronte all'aumento della domanda di personalizzazione sono alla ricerca di nuovi materiali e applicazioni che consentano loro di offrire ambienti unici e speciali. L'attuale offerta di applicazioni stampate digitalmente è davvero grande e comprende carta da parati, tappezzeria, tendaggi, pellicole avvolgenti in vinile e materiali in tela.



Fornitura di una soluzione totale

L'obiettivo di un numero sempre crescente di aziende che stampano in grande formato è quello di diventare fornitori di "soluzioni totali", offrendo internamente sia servizi di stampa che di finitura. I moderni dispositivi di finitura offrono una velocità di produzione elevata, consentendo flussi di lavoro più efficienti e automatizzati.

Secondo la ricerca di Keypoint Intelligence - InfoTrends dal titolo *Looking for Big Opportunity in Graphic Communications & Specialty Printing*, oltre il 66% degli intervistati che opera nel settore di segnaletica, display e grafica speciale considera importante o molto importante espandere i propri servizi per diventare fornitori unici. Come nel caso delle tecniche di stampa di grande formato, tecnologie nuove e ottimizzate stanno favorendo il passaggio verso la fornitura di una soluzione totale. Anche i fornitori di stampa più piccoli possono ora sviluppare capacità di gestione dei lavori di finitura internamente, creando per i clienti un'esperienza di acquisto del tipo "one-stop-shop".



Opinione di InfoTrends

Il settore della stampa di grande formato offre molte opportunità sia ai nuovi arrivati sul mercato che agli operatori di insegne e grafica consolidati. Le innovazioni tecnologiche hanno reso meno nette le linee di demarcazione del settore, consentendo alle aziende di gestire una gamma di lavori di grande formato più ampia rispetto al passato. Inoltre, i brand che in passato potrebbero aver avuto difficoltà a entrare nel mercato del grande formato, ora non si trovano più davanti gli ostacoli di un tempo. Sebbene questi cambiamenti siano positivi per il settore nel suo complesso, distinguersi e affermare una leadership di pensiero (mindshare) tra i clienti può rappresentare una grande sfida per i brand di oggi.

Benché non senza difficoltà, le opportunità in questo mercato sono promettenti. Nessun fornitore di servizi di stampa può offrire tutto a tutti i clienti, quindi essere strategici è l'approccio vincente. Occorre pensare alle esigenze dei propri clienti esistenti, quindi valutare alcuni passaggi logici successivi, come la possibilità di espandersi in mercati adiacenti, di gestire più richieste effettuando qualche nuovo investimento o di diventare sempre più un fornitore "one stop" gestendo più servizi internamente. Per avere successo nel mercato odierno occorre differenziarsi. Se si riesce ad apparire diversi e unici agli occhi dei propri clienti, si avranno più opportunità di crescita nel settore del grande formato in continua evoluzione.



Autori

**Eve Padula**Senior Research
Analyst

+ 1 781-616-2170

**Steve Urmano**

Direttore

+ 1 781-616-2129



Eve Padula è Senior Research Analyst per i servizi di consulenza di comunicazione con i clienti e strategie di sviluppo del business di Keypoint Intelligence – InfoTrends. Le sue responsabilità includono la promozione e la distribuzione dei contenuti di InfoTrends, l'assistenza ai clienti e al canale nella creazione di programmi di sviluppo aziendale, la generazione di contenuti di servizi e di studi multi-cliente, nonché la gestione del ciclo di editing per molti tipi di deliverable.

Steve Urmano è il direttore del servizio di consulenza per la stampa di grande formato di Keypoint Intelligence – InfoTrends. Steve sviluppa previsioni annuali del mercato globale su hardware e materiali di consumo utilizzate nei mercati della stampa di grande formato. È responsabile della conduzione annuale di diversi studi di ricerca principali nel mercato del grande formato su base personalizzata e nell'ambito di ricerche combinate.

[Commenti o domande?](#)

Questo documento è preparato specificamente per i clienti di InfoTrends, Inc. Le opinioni espresse al suo interno riflettono la nostra interpretazione e analisi di dati di pubblico dominio o divulgati dai responsabili nelle aziende esaminate. Premesso che riteniamo che le fonti d'informazione su cui si basa questo documento siano attendibili, dichiariamo di aver analizzato e interpretato i dati ottenuti applicando il nostro miglior giudizio professionale.

4AA7-2931ITE