



Se esiste un mercato che può esaltare la creatività degli stampatori digitali, ebbene, è proprio quello dell'interior decoration. Ma personalizzare gli ambienti in cui le persone vivono non è mai un affare banale. Vince chi sa lavorare con qualità, studio e ricerca. Caratteristiche che comportano maggiore attenzione, ma che presentano il vantaggio di garantire marginalità più alte della media. Ci siamo confrontati su questi temi con i principali fornitori di tecnologie e materiali. A seguire analisi, tendenze e numeri di mercato.

Il piacere di decorare

di Massimiliano Luce

+ Abbiamo CHIESTO

1

Come si presenta in questo momento lo scenario di mercato dell'interior decoration?

2

Quali sono i fattori di criticità di questo segmento di mercato? Come possono essere superati?

3

Quali sono le applicazioni oggi più diffuse? Quali le emergenti?

4

L'interior decoration potrà effettivamente diventare un'esigenza di massa?

Fino a che punto gli architetti sono consapevoli di queste nuove opportunità?

5

In che modo state supportando gli stampatori attivi o che aspirano a essere attivi in questo settore?



3M, l'interior opportunità per chi si impegna davvero



Fulvio Rohrer, sales & marketing manager graphic & architectural markets 3M

❶ Il mercato dell'interior è in costante e significativa crescita da ormai sette anni. Rappresenta una parte significativa del nostro business, che abbiamo costruito con tanto impegno e fatica. E le soddisfazioni sono quotidiane e importanti. Le cose sono molto cambiate in questi anni, così come sono cambiati gli stampatori e i progettisti. I primi hanno dovuto evolversi accrescendo competenze specifiche e una dialettica pressoché a loro ignota, i secondi hanno dovuto abbandonare antichi preconcetti relativi alla "temporaneità" della pellicola come soluzione in ambienti edili e costruttivi. Osservo che questo fenomeno di avvicinamento è sempre più in crescita ed è naturalmente partito da quelle persone, sia stampatori sia progettisti, più progressiste.

❷ Da sempre combatto contro la superficialità, l'impreparazione e l'improvvisazione. Questi sono, a mio avviso, i fattori di criticità da considerare. Il mio suggerimento è di osservare, studiare, ascoltare, partecipare a eventi, fiere e seminari. La mia parola chiave è:

impegno. E l'impegno implica uno sforzo, il desiderio di emergere dal mondo tradizionale della stampa i cui limiti nei prezzi e nel ridotto profitto sono ben noti a tutti. Molte volte ho parlato di filiera di un progetto interior, della necessità di comprendere che lavorare nell'interior necessita di guardare oltre pellicole e tessuti, ovvero i nostri media tradizionali, ma avere la capacità di affrontare progetti in veste di general contractor. Oggi sintetizzo dicendo: l'interior è un'opportunità enorme per chi ha voglia di impegnarsi e di formarsi in maniera adeguata. Abbiamo distributori che investono costantemente in formazione, oltre che nel magazzino. La nuova frontiera della formazione che risponde a nuove esigenze e tempi che cambiano? Video corsi di altissimo livello oggi disponibili on line.

❸ Difficile citarne una in particolare: sono ormai molteplici gli utilizzi delle nostre soluzioni interior nei diversi settori del mercato. Ma retail, bar e locali pubblici certamente sono in cima alla lista. E stiamo iniziando a registrare specializzazioni da parte dei nostri clienti nei diversi ambiti, vuoi per ragioni territoriali, di passione e interesse verso un mercato specifico, di contatti e quant'altro. Sono oggi i nostri clienti i nostri migliori venditori delle soluzioni interior 3M. Applicazioni emergenti? I rifacimenti delle facciate esterne dei palazzi. Qui, oltre a competenza e professionalità, servono materiali con garanzie decennali e affidabilità concrete.

❹ Di fatto lo è già. L'interior è un mercato in costante e continua crescita e non vi sono segnali di rallentamento. Le soluzioni 3M, in primis quella dei nostri rivestimenti 3M Di-Noc, sono ormai affermate sul mercato e riconosciute per affidabilità. A riprova di ciò, il continuo investimento di 3M nel mondo dei rivestimenti a partire dal Di-Noc e, proprio in occasione della settimana del



In occasione del Salone Mobile aprile 2018 a Milano, 3M ha lanciato la nuova Collezione Di-Noc 2018-2020

Salone Mobile Aprile 2018 a Milano, in Triennale, 3M ha lanciato la nuova Collezione Di-Noc 2018-2020 con 225 nuovi e straordinari pattern. Ora siamo a oltre 1000 finiture. Un evento, quello del Salone del Mobile che richiama migliaia di progettisti ed essere in Triennale ci ha consentito di osservare e comprendere dinamiche da una postazione possiamo dire privilegiata. Ben pochi, ancora, gli architetti e i designer che sono consapevoli di queste nuove opportunità.

➊ Oltre a produrre materiali, il nostro obiettivo primario è quello di contribuire in maniera significativa a creare

valore, nuove opportunità e continuare a investire per crescere. Chi lavora con 3M lo sa bene e ne trae il suo vantaggio. Attività come quella di presenziare alla settimana del Salone Mobile, così come partecipare a fiere specifiche nel segmento contract, sono particolarmente onerose.

A questo si aggiunge un team 3M di vendita il cui scopo primario è generare valore per i clienti attraverso attività su utenti finali e influenzatori. Non vi è, che mi risulti, nessun'altra azienda produttrice in questo settore che ha un analogo modello di vendita. Ciò merita di essere ricordato. •

Agfa, la forza di un ecosistema indipendente



Il sistema di stampa Avinci DX3200 è la risposta di Agfa al mondo del soft signage

➊ Negozi, alberghi, uffici o spazi commerciali sono gli ambienti che vedono la maggior presenza di elementi stampati. Le tecnologie di stampa digitali, e la loro diffusione sempre maggiore, sicuramente stanno dando una mano a vari professionisti, come designer di in-

terni e architetti che, grazie alla possibilità di stampare su più materiali, possono sbizzarrirsi e sfruttare tutte le possibilità che queste tecnologie offrono. Anche nell'ambito tessile, ormai, le soluzioni di stampa digitali portano a realizzare elementi dell'ambiente sempre più unici, permettendo di creare elementi d'arredo che utilizzano tessuti personalizzati.

➋ Data la sempre più ampia offerta di stampatori digitali il rischio è quello di proporre sempre i soliti materiali e le solite finiture. La personalizzazione e la ricerca di materiali di nicchia sono, indubbiamente, due elementi per distinguersi e innovare. Più ciò che viene realizzato è innovativo, più l'utente finale si sente, inconsciamente costretto, a scegliere il prodotto in virtù di questa unicità.

➌ La stampa dei materiali plastici, nelle loro varie forme e composizioni, oltre che quella dell'alluminio composito, sicuramente svolgono un ruolo dominante.

Abbiamo CHIESTO

1

Come si presenta in questo momento lo scenario di mercato dell'interior decoration?

2

Quali sono i fattori di criticità di questo segmento di mercato? Come possono essere superati?

3

Quali sono le applicazioni oggi più diffuse? Quali le emergenti?

4

L'interior decoration potrà effettivamente diventare un'esigenza di massa?

Fino a che punto gli architetti sono consapevoli di queste nuove opportunità?

5

In che modo state supportando gli stampatori attivi o che aspirano a essere attivi in questo settore?



Anche la personalizzazione di tessuti, ormai, è diffusa e comune. La tendenza è quella di proporre soluzioni di stampa più coinvolgenti dal punto di vista sensoriale, come la stampa multi-layer tattile o la creazione di effetti 3D, grazie a vernici e lenti: sono elementi per presentarsi sul mercato con qualcosa di unico e differenziante.

❶ In parte lo è già. Alcuni prodotti che acquistiamo sono già diventati parte del nostro "arredamento" e altri hanno portato soluzioni personalizzate che diventano elementi d'arredo per la nostra casa o l'ufficio. Anche qui l'evoluzione della stampa digitale a livello industriale sta portando e porterà sempre di più prodotti stampati in digitale alla massa.

❷ Agfa, oggi, propone al mercato uno tra i più vasti assortimenti di stampanti digitali wide format del mercato, con soluzioni che vanno dall'entry level - la gamma delle stampanti UV ibride Anapurna LED ne è un chiaro esempio -, oppure soluzioni di stampa digitale industriali a elevata produttività come Jeti Tauro H2500 Led o Jeti Mira Led. Avinci DX3200, invece, è la nostra risposta al mondo del soft signage. Oltre alle attrezzature, forniamo ai clienti un vero e proprio ecosistema indipendente, producendo i nostri inchiostri e garantendo agli stampatori soluzioni su misura per realizzare stampati all'avanguardia, assicurando consumi di inchiostro bassissimi, grazie a brevetti e soluzioni software dedicate e verticali. Inoltre, completano l'offerta soluzioni di finitura e taglio. •



Paolo Organo, sales support application inkjet/inkjet marketing&product support di Agfa Graphics



Walter Bano, director industrial and production solutions di Canon Italia

Canon, oltre i confini tradizionali della stampa

❶ Nell'ultimo decennio il settore della decorazione d'interni è stato investito da una profonda trasformazione dettata, soprattutto, dalla necessità di intercettare le esigenze di un cliente sempre più interessato alla personalizzazione quale elemento distintivo per il proprio spazio abitativo e lavorativo. La tendenza di oggi è, infatti, quella di avere case che riflettano il gusto personale di chi le abita e ambienti lavorativi adatti a stimolare il personale e a rafforzare l'identità del brand. Un cambio di prospettiva che, oltre a essere un'esigenza, rappresenta una straordinaria opportunità per quei print service provider che sono pronti a cogliere i vantaggi offerti dalle più avanzate tecnologie di stampa e dalla consulenza più esperta, diversificando e ampliando la propria offerta a seconda delle esigenze del mercato.

❷ A nostro avviso esistono due principali fattori di criticità in questo segmento di mercato: da una parte la

consapevolezza della filiera di quelle che sono le opportunità offerte dalla decorazione digitale, dall'altra l'orientamento all'innovazione da parte dell'industria dell'oggettistica e dell'arredamento d'interni. Tuttavia, l'evoluzione delle tecnologie e la loro diffusione è talmente rapida che prevediamo una curva di evoluzione altrettanto veloce.

❸ Se si pensa che nel 2020 il mercato globale per la stampa di elementi décor si stima raggiungerà un valore di 20 miliardi di dollari, si comprendono le potenzialità della stampa digitale a getto d'inchiostro, una tecnologia che permette di spingersi oltre i confini tradizionali della stampa e studiare servizi ad hoc flessibili che soddisfino al meglio le aspettative dei clienti. La stampa a getto d'inchiostro si presta facilmente a molteplici applicazioni grazie a un'ampissima scelta di supporti e materiali: vetro, ceramica, pavimentazioni e materiali da costruzione sintetici sono solo alcuni esempi. E in-

Una stanza appositamente allestita da un nuovo brand di design d'interni norvegese, Dusty, che sfrutta la tecnologia di imaging e di stampa di grande formato Canon per catturare digitalmente, riprodurre e personalizzare interni d'epoca su una gamma di materiali contemporanei. Pavimentazioni in laminato, carte da parati, pannelli acustici, specchi e compensati: qualsiasi idea di interior design può essere realizzata



finite sono le potenzialità di personalizzazione offerte dalle nuove tecnologie di stampa Canon che permettono di sviluppare al massimo il potenziale della creatività, innovando il settore stampa per renderlo coerente con la continua ricerca di novità da parte dell'industria e del mondo della decorazione d'interni. La collaborazione con i PSP permette a designer e clienti di accedere a una vasta gamma di tecnologie e materiali, che nel décor si traducono in un numero quasi illimitato di applicazioni. Non c'è dubbio, quindi, che l'avvento del digitale e la stampa a getto d'inchiostro stiano giocando un ruolo centrale nello sviluppo dell'industria del décor.

❶ Se parliamo di interior in termini di personalizzazione, grazie alle nuove tecnologie di stampa digitale, crediamo che la strada sia tracciata. Si può ipotizzare una prima fase di lenta crescita, per poi osservare uno sviluppo sempre più rapido. Oggi, il consumatore finale tende ad acquistare oggetti per la decorazione di interni da grandi catene e solo in alcuni casi, o per esigenze specifiche, si rivolge alle soluzioni personalizzate. Si tratta, però, di una tendenza in rapida evoluzione e che si sta progressivamente scoprendo. Possiamo dire di avere già la tecnologia necessaria per poter lavorare su

grandi numeri di personalizzazione, tuttavia non è ancora adottata a pieno. C'è senz'altro interesse da parte dei designer e degli architetti riguardo la possibilità di utilizzare la decorazione digitale all'interno dei propri progetti, ma la conoscenza delle potenzialità applicative è ancora piuttosto limitata. La decorazione digitale può essere utilizzata in modi eleganti, di gusto, spostando al 100% le linee creative e può diventare, dunque, un importante strumento per architetti e designer.

❷ Su questo fronte la filosofia Canon è molto chiara e mira ad aiutare i fornitori di servizi di stampa a crescere e a esplorare nuovi modi per soddisfare le esigenze dei loro clienti, ispirando il cambiamento e favorendo l'innovazione tecnologica. Le soluzioni Canon permettono di sviluppare al massimo il potenziale della creatività, trasformando la stampa in una nuova forma d'arte moderna e innovativa, completamente coerente con la continua ricerca di novità da parte dell'industria e del mondo del design. Ai nostri clienti offriamo soluzioni di stampa digitale all'avanguardia per applicazioni grafiche e industriali, grazie a una gamma di soluzioni innovative, oltre che a una grande consapevolezza delle necessità del mercato e dei nostri partner. •

Abbiamo CHIESTO

1

Come si presenta in questo momento lo scenario di mercato dell'interior decoration?

2

Quali sono i fattori di criticità di questo segmento di mercato? Come possono essere superati?

3

Quali sono le applicazioni oggi più diffuse? Quali le emergenti?

4

L'interior decoration potrà effettivamente diventare un'esigenza di massa?

Fino a che punto gli architetti sono consapevoli di queste nuove opportunità?

5

In che modo state supportando gli stampatori attivi o che aspirano a essere attivi in questo settore?



Epson, nuove collaborazioni e materiali

❶ È un fenomeno in crescita e si stima che entro il 2021 in Europa Occidentale verranno stampati in digitale per l'arredo-casa circa 24 milioni di metri quadri. Un volume enorme, anche se in termini percentuali rappresenta meno del 10% di quanto verrà stampato in digitale per il mondo dell'abbigliamento.

❷ La criticità maggiore è data dal fatto che la stampa è nata - e storicamente è cresciuta - associata alla carta. Oggi che questa si sta sempre di più riducendo a favore delle moderne tecnologie, alcuni stampatori sono costretti a reinventarsi, ritrovando se stessi non più sulle pagine di una rivista o di un libro - un perimetro noto e sicuro -, ma dovendo scoprire nuovi spazi e relativi limiti entro cui muoversi. Si tratta di una sfida spesso inevitabile e forse non adatta a tutti, ma le opportunità, comunque, ci sono.

❸ Le applicazioni di interior decoration rivolte alla personalizzazione di elementi come tende, pareti e rivestimenti, fino a comprendere complementi d'arredo e oggettistica, sono quelle che finora hanno coinvolto maggiormente l'industria tessile. L'arredo contract estende ancora di più il campo e aumenta la diffusione del digitale proprio perché si presta molto bene a realizzare sia opere uniche sia varianti a maggior volume: si pensi, per esempio, agli arredi per catene retail.

❹ Per essere di massa, un fenomeno deve essere semplice, veloce ed economicamente sostenibile. Non potremo definire l'interior decoration come un fenomeno



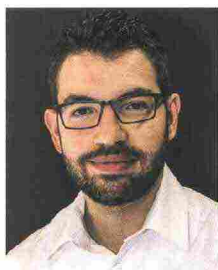
Epson SureColor SC-S70600 con esempi di materiali per interior decoration

di massa fino a quando le persone non saranno consapevoli che i loro desideri, le idee creative e di personalizzazione possono essere davvero realizzate facilmente e fino a quando i costi non diverranno accessibili per tutti. Architetti e designer cominciano a riconoscere nella stampa digitale un importante alleato. Flessibilità e possibilità di realizzare anche piccole quantità sono gli elementi primari che possono spingere ad apprezzare queste opportunità e, una volta visti e valutati i risultati, penso sarà difficile non continuare su questa strada.

❺ Da tempo abbiamo ampliato gli orizzonti verso nuove collaborazioni e materiali che ci stanno dando ottimi risultati e riscontri. In particolare, nell'ambito della ecopelle stampata in digitale, che raggiunge livelli qualitativi elevatissimi e allo stesso tempo rispetta numerosi parametri e specifiche applicative come la caratteristica di poter essere materiale ignifugo, lavabile e resistente a diverse tipologie di stress come abrasione, illuminazione, acqua clorata o di mare (pensiamo agli arredi navali). •



Renato Sangalli, sales manager prodotti Pro-Graphics di Epson Italia



Dario Zocco Ramazzo,
 marketing manager di
 Fenix DG

Fenix DG punta sulla trasformazione dei parati

❶ Il mercato dell'interior decoration o interior design è molto ampio e sta vivendo un momento di rinnovamento epocale. Questo è stato confermato ad Heimtextil, in Germania, con le innovazioni presentate dai principali leader di settore e, più di recente, in Italia sia al Salone del Mobile sia negli spettacolari hub del Fuori Salone. Il rinnovamento si concentra nella ricerca da parte dei buyer e contractor di supporti sostenibili, inediti, ma soprattutto personalizzabili, in quantità limitata, rinnovabili e intercambiabili nel tempo. Ricerca che trova nuove risposte rivoluzionarie grazie alle nuove tecnologie a getto d'inchiostro per l'industria dei parati. Come Fenix Digital Group abbiamo intercettato questo cambiamento e introdotto nuove soluzioni per la decorazione e trasformazione dei parati per il mercato italiano.

❷ Con riferimento all'industria della stampa e trasformazione dei parati, le criticità principali derivano principalmente dalla sovracapacità produttiva dei vecchi

impianti analogici - rotocalco e serigrafici, in particolare - e correlata impossibilità di adeguarsi alla rapidità della domanda che prevede nuovi modelli, tempistiche e adeguamenti dei costi produttivi. Un mercato che guarda verso la personalizzazione totale e all'on-demand, non solo nella stampa, ma anche nella nobilitazione. Queste criticità possono essere superate con l'introduzione in azienda di nuove tecnologie di stampa digitale di grande formato che rispondono esattamente alle richieste di mercato: tirature limitate, personalizzate e sostenibili in tempi rapidi. Fenix Digital Group risponde a queste esigenze e, in esclusiva per il mercato italiano, fornisce all'industria dei parati la soluzione di stampa digitale di grande formato Veika Dimense. Questa è la prima tecnologia ecosostenibile per la stampa digitale di grande formato di carte da parati con grafica ed effetti tridimensionali tattili on demand.

❸ Le tendenze di mercato di ciascun segmento variano di anno in anno. Parati e tessuti per la decorazione d'interni sono i più diffusi. La digitalizzazione dell'industria dei parati sta già permettendo con le tecnologie di stampa di grande formato e superwide format a getto d'inchiostro base acqua di costruire nuove opportunità e dare risposta alle nuove domande emergenti. Con l'arrivo di Veika Dimense il digitale risponde oltre alle esigenze di tirature limitate anche alla personalizzazione on demand della struttura tridimensionale del parato, senza limiti di rapporto del disegno in larghezza o lunghezza e neppure di creatività. Infatti, con Veika Dimense è possibile rispondere alla domanda emergente di designer d'interni che vogliono parati sostenibili con grafica personalizzata differente dalla struttura tridimensionale oppure la sola struttura tridimensionale su cui effettuare una ulteriore elaborazione di sovrappittura o personalizzazione d'autore unica al mondo.

Fenix DG fornisce all'industria dei parati la soluzione di stampa digitale di grande formato Veika Dimense



Abbiamo CHIESTO

1

Come si presenta in questo momento lo scenario di mercato dell'interior decoration?

2

Quali sono i fattori di criticità di questo segmento di mercato? Come possono essere superati?

3

Quali sono le applicazioni oggi più diffuse? Quali le emergenti?

4

L'interior decoration potrà effettivamente diventare un'esigenza di massa?

Fino a che punto gli architetti sono consapevoli di queste nuove opportunità?

5

In che modo state supportando gli stampatori attivi o che aspirano a essere attivi in questo settore?

4 L'interior decoration è già una esigenza di massa. In Italia ci sono molteplici produttori di soluzioni da parati personalizzate attivi off line e on line che intercettano la domanda di piccoli e grandi volumi. I produttori di tecnologie, supporti e inchiostri seguono questa tendenza avvicinando tecnologie, trasformatori e stampatori ai clienti rendendo il digitale sempre più accessibile. Gli interior designer e gli architetti che vorranno diventare protagonisti del cambiamento potranno scoprire sempre più facilmente le novità di mercato informandosi non solo on line, ma viaggiando, visitando fiere, installazioni e momenti di formazione a loro riservati,

interagendo, ove possibile, con i contractor e i buyer anticipando la loro domanda, anziché subirla. Le masse accedono direttamente o indirettamente a questo cambiamento se intercettate da chi porta la novità sul mercato con gli strumenti di comunicazione giusti nei momenti più giusti. Se tutta la filiera viene rispettata, i risultati sono garantiti nel B2B e nel B2C: è inevitabile.

5 Fenix Digital Group supporta da sempre i propri clienti e il mercato anticipando la domanda e introducendo nella propria gamma nuove tecnologie innovative a supporto del cambiamento e di una crescita virtuosa. •

Guandong, l'evoluzione è continua



Edoardo Elmi, presidente Guandong Italia

1 Il mercato corre, corre a grande velocità ed è molto più sviluppato di quanto si possa immaginare. Possiamo sicuramente affermare che il digitale nel suo insieme, al di là dello stampatore, sia ormai parte integrante del complesso e variegato universo dell'interior decoration. Il mercato, quindi, esiste, ma ben poco passa per la filiera classica che tutti noi operatori della stampa digitale abbiamo in mente.

Oggi gli allestitori, e in particolare quelli specializzati nel mondo retail, forniscono l'installazione con le stampe già fatte e si fanno carico anche di eventuali rinnovi di immagine. I produttori di espositori di ogni livello forniscono il display già decorato con le immagini concordate con l'utente finale. Stessa situazione per le aziende che organizzano eventi e per chi fornisce arredi personalizzati di ogni tipo, come ad esempio frigoriferi,



ferri, armadi, sedie, tappezzerie. Lo scenario è analogo anche per chi offre imballaggi di ogni genere. Se il nostro stampatore vuole entrare in questo comparto, oltre a conoscere la tecnica di stampa ed essere aggiornato sui prodotti disponibili, deve diventare decoratore/allestitore. Va anche considerato che un architetto, e ancor più un'agenzia, ha bisogno di un unico interlocutore per la realizzazione e per l'installazione.

2 In alcuni casi lo stampatore vive ancora nel suo laboratorio a produrre stampe e lì si ferma; anche l'architetto troppo spesso guarda il nostro mondo spesso con sufficienza. In molti altri casi la situazione non è più così: infatti, un sempre maggior numero di allestitori, progettisti, architetti segue con crescente attenzione

Abbiamo CHIESTO

1

Come si presenta in questo momento lo scenario di mercato dell'interior decoration?

2

Quali sono i fattori di criticità di questo segmento di mercato? Come possono essere superati?

3

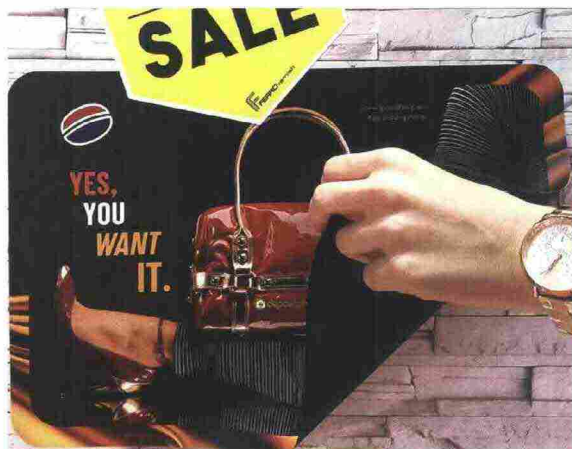
Quali sono le applicazioni oggi più diffuse? Quali le emergenti?

4

L'interior decoration potrà effettivamente diventare un'esigenza di massa? Fino a che punto gli architetti sono consapevoli di queste nuove opportunità?

5

In che modo state supportando gli stampatori attivi o che aspirano a essere attivi in questo settore?



La linea Magnus di Guandong comprende materiali termoplastici, magnetici e ferrosi, dotati di migliaia di piccole ventose auto aggrappanti

l'evoluzione della specie, ovvero impianti, inchiostri e materiali messi a punto per queste specifiche applicazioni con prestazioni che non è più possibile ignorare. Va da sé che il grosso sforzo dobbiamo farlo noi, produt-

tori di supporti. Da una parte per interpretare i bisogni, ma ancor più per divulgare.

3 Nell'ambito dell'in-store chain, del GDO, POP ecc. la richiesta di progetti interior è quasi sempre chiavi in mano. Rimane aperta una domanda continua di spot communication che noi di Guandong abbiamo chiamato Spot Déco. I brand e i retailer devono andare oltre il POP e parlare al cliente che sta all'esterno dello store senza dover fare investimenti proibitivi. Per questo manifestano la necessità di una comunicazione sempre più veloce, con frequenza anche settimanale, a volta addirittura quotidiana, per parlare con i consumatori durante la shopping experience sul punto vendita. Uno scenario che offre allo stampatore, presente capillarmente sul territorio, una grossa opportunità di riprendere il proprio ruolo. Per quanto ci riguarda noi stiamo investendo molto su materiali e formati speciali per il mondo dello Spot Déco: prodotti pratici, stampabili con ogni tecnologia e installabili dal personale addetto al punto vendita. Oltre a questo abbiamo lanciato la linea Magnus, che comprende materiali termoplastici, magnetici e ferrosi, privi di colla, ma dotati di migliaia di



Roberto Giorgio, regional business manager large format di HP Italy

HP, interior decoration ad alta marginalità

1 Contrariamente ad altre industrie, in cui è sufficiente aggregare i dati globali di settori consolidati e regolarmente censiti e lavorare sulle affinità, quello della decorazione è un campo incredibilmente vasto e frammentato. Un segmento in cui pochi prodotti sono realmente industrializzati e descritti da dati numerici affidabili, come le carte da parati. Non è casuale, quindi, che la maggior parte degli operatori e del settore guardino proprio al rivestimento delle pareti per

delineare i futuri scenari di digitalizzazione, settore in cui ci sono volumi enormi di stampa analogica pronti da digitalizzare, e soprattutto c'è una domanda di personalizzazione già avviata, che sta trovando risposte credibili solo attraverso la stampa digitale. Il mercato della stampa digitale per l'interior decoration è una grandissima opportunità, con un potenziale di crescita esponenziale. In questo segmento consideriamo principalmente applicazioni come canvas, ora molto ri-

speciale interior decoration / le opinioni

piccole ventose auto aggrappanti che aderiscono perfettamente a qualsiasi superficie liscia.

④ L'interior è già una esigenza di massa. Ma ci sono ancora tanti mondi che devono essere esplorati e che rappresentano mercati con un grandissimo potenziale. Uno di questi è la "domus" che per secoli è stata impreziosita con decori su soffitti e pareti. Il recente minimalismo, infatti, è stato un po' abbandonato, si comincia a intravedere nell'home decor il ritorno di tappezzerie e decorazioni, spesso realizzate on demand, che conferiscono personalità agli ambienti. Per questa ragione tutto il mondo della produzione dei "media" è in fermento e sta sviluppando svariati materiali per la posa su pareti e soffitti, già predisposti per la stampa digitale personalizzata. L'importante è saper cogliere l'opportunità con i tempi giusti. Allora sì che si potrà pensare all'interior come a un'esigenza di massa, ma anche in quel caso il tutto non transiterà dai canali che noi oggi immaginiamo.

⑤ Da anni siamo portavoce di un processo di culturizzazione che ci vede in prima linea nella diffusione del concept Spot Decò, realtà consolidata. Ne sono testimonianza l'ampia gamma di materiali che offriamo con infinite proposte per utilizzi indoor e outdoor. •

.....

chiesti soprattutto i multi-canvas; la decorazione dei pavimenti, dei soffitti, la carta da parati, ora molto richiesta soprattutto per decorare una delle pareti di una stanza e farla risaltare; il wrapping di mobili, magari a basso costo, ma che acquistano valore grazie alla personalizzazione; le tende, gli sticker da muro, ora ordinabili facilmente on line; i divani, che possono essere o in tessuto o in ecopelle; grandissima anche la crescita delle richieste per cuscini, tovaglie e tessuti in generale. Se guardiamo, invece, il mondo del sign & display, della cartellonistica in generale, dalla pubblicità outdoor e indoor, del wrapping di edifici e di veicoli, vediamo un mercato con valore minore, ma nel quale la parte digitale è molto più sviluppata. La forza dell'interior decoration fatto in digitale sta proprio nella capacità di poter portare alla decorazione un messaggio personalizzato e unico.

⑥ Grazie a un'esperienza pluriennale nel settore, abbiamo visto che il mercato dell'interior decoration ha due vantaggi sostanziali: è un mercato enorme e in grande crescita ed è molto profittevole, ad alta marginalità. Queste caratteristiche lo hanno però



Mentre gli stampati commerciali sono un'esigenza da soddisfare, spesso al prezzo più basso, la decorazione è qualcosa che le persone vogliono, per cui sono disposte a pagare di più

reso sempre più competitivo, e per crescere e avere un business di successo è oggi necessario stabilire relazioni con i giusti partner, offrire le idonee attrezzature e soluzioni tecnologiche e con il business model corretto.

Per fare un esempio, la tecnologia HP Latex, ancora oggi unica sul mercato, è nata nel 2008 come alternativa ecosostenibile a tecnologie con inchiostri a solvente e UV e ha saputo coniugare una grande versatilità di applicazioni realizzabili, con le fondamentali caratteristiche di ecosostenibilità, date dall'innovazione dell'inchiostro a base acqua. Quando abbiamo introdotto il Latex nell'interior decoration, abbiamo iniziato dalla carta da parati, che per ironia si è rivelato proprio il segmento più complesso: abbiamo organizzato un meeting con i fabbricanti di wallpaper, mostrando loro le nostre applicazioni e incontrando una certa resistenza data dal fatto che il processo di creazione di carte da parati è sempre stato molto artigianale, fatto di carte e design specifici, goffrature, floccature, stampa rotocalco e serigrafica - ai loro occhi il nostro prodotto era un gioco. Eppure, tutto quello che abbiamo mostrato all'interno del nostro stand a Heimtextil 2018 solo qualche anno fa non esisteva e oggi è reso possibile grazie alla nostra tecnologia HP Latex, che ha passato i test più

rigidi e offre l'opportunità di introdurre design personalizzati.

Da sempre l'uomo personalizza gli ambienti in cui vive, non stupisce quindi che due mercati che fanno parte dell'interior decoration in cui al momento notiamo una maggior crescita a livello mondiale siano quello della carta da parati e quello dei canvas. Il mercato della decorazione include un numero illimitato di applicazioni, a partire da quei prodotti che designer, architetti e consumatori in generale utilizzano per cambiare forma, stile e colore alla propria casa, ufficio, negozio o attività commerciale e ricettiva in genere. Queste esigenze sono solo in parte soddisfatte dai materiali decorativi già disponibili sul mercato, sebbene utilizzati e miscelati con gusto e creatività, spalancando le porte a forme di design 1:1, che si trasformano in terreno fertile per la stampa digitale. Ampliando a 360 gradi la

gamma di applicazioni, la varietà di materiali cresce a dismisura. Si va dalla pelle sintetica, soprattutto nel campo dell'automotive, fino alla realizzazione di tappezzerie in stoffa per poltrone. Poi c'è una varietà di possibili applicazioni decorative su tessuti tecnici, sia sintetici sia naturali. Nell'ambito wallpaper i player più visionari del mondo tradizionale stanno lanciando linee digitali, spesso utilizzando i materiali cui sono già abituati: qui il Latex ha un grande vantaggio perché non necessita di un coating specifico. Ci troviamo sempre più spesso a parlare di lavabilità, resistenza all'abrasione, resistenza ai raggi UV, emissioni e livelli di odore, installazione facilitata, ma anche di contract grid quando approcciamo catene alberghiere o ristoranti.

HP ha la ferma intenzione di sostenere e democratizzare tutti i mercati in cui la stampa digitale può portare vantaggi e generare business. Nel caso dell'interior decoration, più gente approccia questo comparto, più gente utilizza la tecnologia digitale, più avremo la pos-

Abbiamo CHIESTO

1

Come si presenta in questo momento lo scenario di mercato dell'interior decoration?

2

Quali sono i fattori di criticità di questo segmento di mercato? Come possono essere superati?

3

Quali sono le applicazioni oggi più diffuse? Quali le emergenti?

4

L'interior decoration potrà effettivamente diventare un'esigenza di massa?

Fino a che punto gli architetti sono consapevoli di queste nuove opportunità?

5

In che modo state supportando gli stampatori attivi o che aspirano a essere attivi in questo settore?

+
**Formazione
 al centro**

Ogni anno proponiamo corsi ed eventi, con approfondimenti sui trend, applicazioni del mercato, spunti su come crescere, focus con esperti del settore



sibilità di diffondere i vantaggi del Latex. È però essenziale coinvolgere tutti i protagonisti della supply chain: designer, retailer e brand owner, ma anche gli stampatori che dovranno supportare la loro creatività. Ci sono designer molto bravi, che realizzano design stupendi, pronti per essere stampati in digitale, ma poi si scontrano con la mancanza di know-how dei loro fornitori. Molti stampatori conoscono perfettamente RIP e stampanti, ma non hanno esperienza nel produrre, tagliare e finire una wallpaper. E soprattutto non conoscono le modalità e i canali di vendita dei prodotti decorativi. Non sanno come dialogare con gli influencer del settore oppure utilizzare le piattaforme migliori per il business.

⊕ Sono ormai diversi anni che HP si sta impegnando fortemente a diminuire questi ostacoli e ad aiutare e formare sia i nostri stampatori che vogliono entrare in questo mondo, sia gli architetti che vogliono sfruttare le stampe digitali per i loro progetti. Ogni anno proponiamo corsi ed eventi, spesso nella sede madre HP a Barcellona, con approfondimenti sui trend, applicazioni del mercato, spunti su come crescere, focus con esperti del settore e così via. Il prossimo incontro è in programma per il 20 e 21 giugno 2018, a gran richiesta. Partecipiamo inoltre, costantemente a fiere del settore: la presenza a un evento come Heimtextil, lo show globale dell'home textile, negli ultimi anni ci ha consentito

di assistere a una trasformazione radicale delle applicazioni presentate dai designer e dai fornitori. A differenza di altri settori in cui questi trend sono già chiari da un decennio, quello delle wallpaper e dell'interior decoration è un settore che sta intuendo solo ora che può diventare un vero e proprio modello di business. Altre fiere da citare in questo settore sono il Salone Del Mobile, che ha visto HP partecipare nel 2017, e la Milan Design Week 2018, alla quale abbiamo partecipato con una mostra-evento in collaborazione con la rivista di design Elle Decor, nei prestigiosi spazi di Palazzo Bovara, in corso Venezia a Milano: l'iniziativa, intitolata "Onlife - The Millennials at home" affrontava il tema delle relazioni tra analogico e digitale, applicate al presente e al futuro. Si trattava di un progetto immersivo e multimediale, che descriveva i modi di abitare dei nuovi nuclei generazionali, muovendo da un'analisi sociologica che integra le ultime tecnologie all'interno di un suggestivo scenario di interior design.

I prodotti esposti erano PC e stampanti professionali. Puntiamo poi a webcast e corsi on line. Possiamo per esempio citare un corso fatto in collaborazione con Arch. Academy e con l'architetto Paola Silva Coronel. Insieme abbiamo organizzato un corso on line chiamato "Design Customs" per gli architetti, dove acquisire 4 crediti formativi, che tratta i principali concetti della stampa digitale per l'interior decoration. •

Abbiamo CHIESTO

1
 Come si presenta in questo momento lo scenario di mercato dell'interior decoration?

2
 Quali sono i fattori di criticità di questo segmento di mercato? Come possono essere superati?

3
 Quali sono le applicazioni oggi più diffuse? Quali le emergenti?

4
 L'interior decoration potrà effettivamente diventare un'esigenza di massa? Fino a che punto gli architetti sono consapevoli di queste nuove opportunità?

5
 In che modo state supportando gli stampatori attivi o che aspirano a essere attivi in questo settore?



Cristina Del Guasta, socio fondatore di MCA Digital

MCA Digital, l'importanza di dare l'esempio

- ❶ L'interior design è un mercato in grande crescita e le nuove tecnologie offrono interessanti opportunità. Dal "Secondo Rapporto sul recupero edilizio in Italia e nuovi format digitali" a cura di Scenari Immobiliari, risulta che, sul totale delle 560mila transazioni del 2017, sono state acquistate 130mila abitazioni da ristrutturare, con una crescita del 36,8 per cento rispetto al 2016. Il comparto si è ritagliato uno spazio maggiore tra le preferenze degli acquirenti, grazie alla possibilità di sconto e di guadagno in termini di valore che offre una ristrutturazione personalizzata. La rivoluzione digitale ha creato nuove esigenze nei consumatori contemporanei e la catena immobiliare sta venendo gradualmente investita da un'ondata di rinnovamenti, guidati da una domanda resa esigente in un mercato più competitivo.
- ❷ Non si può negare che ancora nell'interior design vi sia una certa diffidenza verso le nuove tecnologie e per questo motivo molte aziende continuano a investire nell'analogico. Ci sono applicazioni, per esempio i pavimenti, per cui la stampa digitale inkjet non è ancora la soluzione più pratica. D'altro canto le richieste del mercato stanno cambiando, le industrie realizzano lotti sempre più piccoli, i committenti chiedono progetti innovativi, sostenibili e creativi che spesso prevedono l'integrazione con un numero maggiore di soggetti.
- ❸ Le produzioni che hanno registrato una maggiore crescita sono state quelle dei tessuti per abbigliamento, per home decor, il packaging, le carte da parati, arredi, laminati e complementi.

OKI, sempre vicina allo stampatore



Romano Zanon, general manager south Europe regional marketing, OKI Europe

- ❶ Osserviamo una costante ascesa delle richieste di personalizzazione da parte degli end user. Come sempre in questi casi, si è innescato un circolo virtuoso in cui domanda e offerta si stimolano vicendevolmente, generando un'ulteriore spinta per investimenti mirati in questo settore applicativo.
- ❷ Quando si parla di interior decoration digitale si tende ormai a includere non solo oggetti, wallpaper e tendaggi, ma anche componenti sottoposti a sollecitazioni fisiche, meccaniche e chimiche come pavimenti, mobili ed elettrodomestici. La maggiore criticità della decorazione con tecnologie digitali è legata a due fattori:

speciale interior decoration / le opinioni



MCA Digital ha effettuato il restyling di parte dell'azienda: un esempio concreto di interior decoration

④ Ormai è possibile stampare su qualsiasi supporto e in ogni formato offrendo la possibilità di allestire in modo creativo qualsiasi ambiente. Il design degli spazi lavorativi richiede soluzioni per motivare le persone che lavorano e per rafforzare l'identità aziendale. Nel retail l'importanza di fidelizzare il cliente comporta la necessità di rinnovare gli spazi. Stesso discorso vale per il settore ricettivo, in cui anche dettagli come tende, quadri, tappezzerie, menu, ecc. possono favorire un'esperienza positiva.

⑤ Abbiamo appena terminato il restyling di un'area della nostra azienda che è diventata un esempio concreto di contaminazione di tradizionale e digitale. Il progetto ha coinvolto operatori della filiera dell'edilizia e dell'interior design. Vuole essere un modo per ispirare i clienti a diversificare la produzione, offrire uno spazio in cui realizzare eventi, portare clienti o condividere progetti innovativi. •

.....

tempo e resistenza alle sollecitazioni. La soluzione è già stata individuata nell'utilizzo, quando necessario, di trattamenti specifici dei materiali e nell'applicazione di coating protettivi sul prodotto stampato che estendono notevolmente la durata della decorazione. Tuttavia, i consumatori tendono a voler cambiare sempre più rapidamente, mettendo in secondo piano la longevità di un prodotto se quest'ultimo è facilmente sostituibile a fronte di una spesa relativamente contenuta. Questo è, ad esempio, il caso di wallpaper e complementi d'arredo.

⑧ La carta da parati è probabilmente il prodotto più richiesto. La possibilità di personalizzazione pressoché illimitata offerta dalla stampa digitale ha favorito la crescita esponenziale di queste applicazioni nel corso degli ultimi anni. La facilità dell'installazione self-made in combinazione con la trasportabilità dei materiali ha, inoltre, favorito la rapida diffusione di wallpaper decorate con tecnologie digitali. Tra le applicazioni emergenti c'è



Tra le proposte di OKI figura la stampante ColorPainter E-64s

grande interesse per il flooring. Tuttavia, se nel mondo della ceramica la decorazione digitale ha già ampiamente soppiantato quella tradizionale, per quanto riguarda la personalizzazione di pavimenti in legno o in materiali compositi, le tecnologie inkjet non rappresentano ancora una scelta adeguatamente competitiva.

④ L'interior decoration ha sempre interessato una moltitudine di persone, ma i costi proibitivi e la difficoltà realizzativa erano muri insuperabili. Tutto è cambiato nel momento in cui le applicazioni sono state rese accessibili all'utente finale, sia in termini pratici che economici. In un mondo in cui la personalizzazione di massa è imperante, gli architetti e i designer stanno rapidamente prendendo confidenza con quelle tecnologie che consentono loro di ottenere risultati che in passato richiedevano quantità di tempo, lavoro e denaro enormemente superiori, spesso con risultati non esattamente soddisfacenti.

⑤ Nel segmento wide format collaboriamo a livello nazionale con Digitalia, storico player con una grande esperienza nella stampa digitale di grande formato. Grazie a un valido team di venditori e ai tecnici specializzati presenti su tutto il territorio nazionale, i clienti finali OKI possono fare affidamento su una presenza costante.

La certezza di un servizio eccellente si va ad aggiungere all'estrema affidabilità dei nostri dispositivi. Questi ultimi sono dotati di una garanzia di 24 mesi per ColorPainter E-64s e di 36 mesi – unici sul mercato – per ColorPainter M-64s e ColorPainter H3-104s. •

Abbiamo CHIESTO

1

Come si presenta in questo momento lo scenario di mercato dell'interior decoration?

2

Quali sono i fattori di criticità di questo segmento di mercato? Come possono essere superati?

3

Quali sono le applicazioni oggi più diffuse? Quali le emergenti?

4

L'interior decoration potrà effettivamente diventare un'esigenza di massa?

Fino a che punto gli architetti sono consapevoli di queste nuove opportunità?

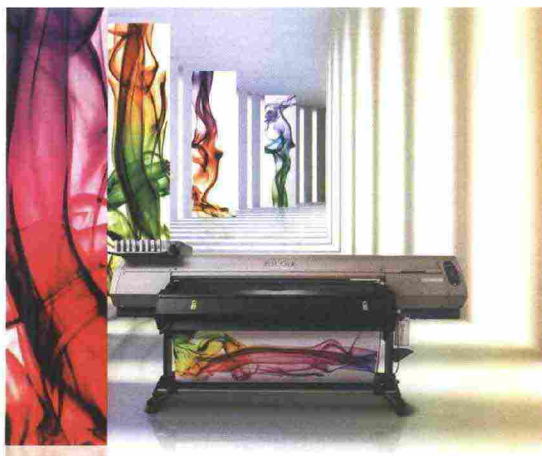
5

In che modo state supportando gli stampatori attivi o che aspirano a essere attivi in questo settore?

Ricoh, strutturare la filiera

① Si tratta di uno scenario in crescita e in continua evoluzione. Sia gli ambienti commerciali – come bar, negozi, ristoranti, temporary store... – sia le abitazioni private chiedono sempre più flessibilità e possibilità di personalizzazione. Il consumatore cerca unicità e i fornitori sono alla ricerca di nuovi modi per coinvolgerlo. Questa esigenza trova una risposta concreta nella stampa digitale, che offre numerosi vantaggi, ad esempio in termini di personalizzazione e di produzione on demand. Anche nel nostro Paese c'è molto interesse per queste applicazioni che permettono appunto agli stampatori di aggiungere valore e raggiungere margini interessanti.

② Oggi si lavora ancora su fasce di mercato piuttosto alte, ma piano piano si raggiunge sempre più l'utente



La serie Latex grande formato Ricoh Pro L4100



Giorgio Bavuso,
 direttore commercial
 and industrial printing
 di Ricoh Italia

finale e il privato. Importante, secondo Ricoh, la collaborazione diretta tra tutti gli attori della filiera vale a dire l'architetto, il designer e lo stampatore. Solo in questo modo è possibile realizzare soluzioni ottimali da un punto di vista tecnico, applicativo e funzionale. Ad oggi spesso queste figure sono ancora parecchio slegate tra loro e la filiera è poco strutturata, mentre la sinergia è fondamentale in un progetto di decorazione d'interni.

❷ Il design decorativo interessa qualsiasi cosa. L'esempio tipico è la carta da parati, ma potenzialmente tutto – dalle porte ai vetri, ai mobili – può essere decorato e personalizzato grazie a materiali stampabili innovativi e particolari.

Ricoh Pro 4100, serie Latex grande formato, trova uno dei suoi principali ambiti applicativi proprio nella decorazione d'interni e nella riqualificazione degli ambienti. Il Latex garantisce flessibilità e ha tutte le carte in regola per giocare un ruolo da protagonista nel mercato.

❸ Gli architetti si stanno sempre più rendendo conto che le grandi tirature seriali non hanno più appeal. Oggi la parola d'ordine è creatività e le tecnologie digitali permettono di produrre pezzi unici e distintivi.

Al momento l'esigenza è però in una fase iniziale a causa di una conoscenza ancora superficiale delle potenzialità. La situazione sta iniziando a cambiare dal momento che diverse catene che propongono arredamento al grande pubblico stanno rivedendo la propria offerta considerando le possibilità di personalizzazione.

❹ Lavoriamo a stretto contatto con i clienti per spiegare loro le potenzialità di questo settore. Cerchiamo di mostrare i valori della stampa digitale per dare una marcia in più al proprio business.

Durante fiere nazionali oppure eventi organizzati da Ricoh i fornitori di servizi di stampa hanno l'occasione di approfondire la tematica dell'interior decoration toccando con mano applicazioni grazie alle quali ampliare l'offerta ed entrare in questo mercato. •

Ritrama, prodotti specifici progettati con il committente



Mirko Aquanno, sales
 manager Ritrama

❶ Per sua definizione, il settore dell'interior decoration è sempre in continuo fermento. La spinta propulsiva è data dalla costante e attenta ricerca di prodotti nuovi, di materiali innovativi ed ecologici. La tendenza attuale si sta spingendo verso la personalizzazione estrema: da qui la richiesta di materiali che non siano solo accattivanti alla vista, ma anche al tatto. Mi riferisco, infatti, alla moltitudine di prodotti caratterizzati da texture e goffature accattivanti.

❷ La tendenza dei produttori è al momento quella di mettere in commercio prodotti che si caratterizzano

per la facilità di applicazione, progettati per l'utilizzo da parte di applicatori non esperti o non professionisti. Tale tendenza, però, non trova riscontro e sbocco nei canali di vendita presso i quali questi compratori potrebbero rifornirsi: si tratterebbe, infatti, di acquisti in piccole quantità. Il settore si trova, quindi, al momento a offrire prodotti per un pubblico non professionista, comportandosi però come se si stesse ancora rivolgendo a un pubblico di professionisti, abituati a lavorare sulle grandi quantità. È questa disparità tra la tipologia di prodotto offerto e la non conformità del canale distributivo e di vendita a rappresentare al momento il fat-

Un esempio di personalizzazione di superfici in vetro per negozi firmato Ritrama



tore di maggiore criticità. Nel prossimo futuro sarebbe auspicabile trovare un punto d'incontro.

Attualmente stanno riscuotendo grande successo tutti i prodotti dedicati alla decorazione e personalizza-

zione di superfici in vetro per negozi, centri commerciali e per la grande distribuzione in genere, superfici ideali per comunicazioni pubblicitarie di medio e breve periodo. Il successo è dovuto principalmente al fatto che esistono molte tipologie di materiali per tali applicazioni, in grado di offrire le più svariate finiture e livelli di personalizzazione. Per quanto riguarda le applicazioni emergenti, sta aumentando il livello di affari relativo alla personalizzazione di muri e pareti e la riqualificazione di complementi d'arredo.

Stiamo sviluppando prodotti nuovi e accattivanti che seguano le richieste del mercato. La tendenza è quella di produrre prodotti Cast con finiture specifiche per progetti di riqualificazione.

Ritrama è concentrata sulla qualità del servizio che offre: per questo, la nostra struttura è in grado di fornire al cliente prodotti specifici sviluppati ad hoc e progettati con il committente per soddisfare qualsiasi esigenza il progetto imponga.

SIR Visual, prodotti di qualità e formazione



Alessandro Barbieri,
product specialist SIR
Visual

Il mercato dell'interior decoration è in continuo fermento, l'Italia è da sempre ai primi posti quando si parla di architettura, design e decoro degli ambienti. L'interior decoration non è una tendenza di questi ultimi anni e non è una moda passeggera, è un ambito che esiste da quando l'uomo progetta, allestisce e decora gli ambienti interni in cui vive. Da un lato vi è una costante ricerca di soluzioni innovative e diverse dalle standard, dall'altro chi si è già approcciato a questo mercato con le soluzioni che proponiamo, trova una costante richiesta e risolve spesso situazioni che risultavano impegnative con interventi standard e molto più veloci,

ma altrettanto efficaci e qualitative, con i prodotti che proponiamo.

La criticità maggiore la si trova in fase di ideazione e progettazione. Gli "attori" che partecipano a questa fase - l'architetto, il designer, il visual merchandiser, il project manager -, oltre a conoscere dell'esistenza di una serie di prodotti alternativi, devono avere la possibilità di toccare con mano e vedere ambienti realizzati con queste soluzioni. SIR Visual ha aumentato i contatti con i professionisti di settore per promuovere le soluzioni e divulgare questo nuovo modo di affrontare una riqualificazione di un ambiente interno, ma, soprattutto, ha uno showroom è continuamente rinnovato, per permettere ai visitatori di entrare in un vero ambiente riqualificato.

Non dimentichiamoci che spesso questo settore lavora con tempi molto stretti, con un periodo di progettazione lungo mentre la parte esecutiva è rapidissima. Per questo motivo SIR Visual investe moltissimo nelle scorte di magazzino. Parlando di prodotti, il rivestimento 3M Di-Noc è presente nei nostri magazzini in oltre 750 diverse finiture, proprio per rispondere a più

Abbiamo CHIESTO

1

Come si presenta in questo momento lo scenario di mercato dell'interior decoration?

2

Quali sono i fattori di criticità di questo segmento di mercato? Come possono essere superati?

3

Quali sono le applicazioni oggi più diffuse? Quali le emergenti?

4

L'interior decoration potrà effettivamente diventare un'esigenza di massa?

Fino a che punto gli architetti sono consapevoli di queste nuove opportunità?

5

In che modo state supportando gli stampatori attivi o che aspirano a essere attivi in questo settore?



La divisione di SIR Visual, Wrap&Decor è diventata un'azienda, che si occuperà esclusivamente di formazione in ambito interior

e lavori di decoro su partizioni in vetro, sempre più presente nelle nuove costruzioni sia in interno sia in esterno.

Secondo SIR Visual il senso estetico del mercato italiano è un volano per l'interior decoration

richieste possibili, con consegne molto rapide. Per ultimo, ma non meno importante, continua il nostro lavoro in termini di formazione. È fondamentale avere una figura professionale, un esperto, un installatore specifico in grado di valutare e applicare queste soluzioni in un settore che pone nella cura dell'immagine e nella perfezione della resa finale, la sua prerogativa. Per questo motivo, da gennaio 2018, quella che è stata per SIR Visual una divisione aziendale, Wrap&Decor è diventata un'azienda a tutti gli effetti, facente parte del gruppo, che si occuperà esclusivamente di formazione, con una proposta di corsi presso la nostra sede, ma anche di video corsi, disponibili on line, di varie tipologie e con moduli differenti.

☉ SIR Visual ha uno dei magazzini più importanti in Europa e non solo, per quanto riguarda 3M Di-Noc e 3M Fasara. Per noi il Di-Noc rimane il prodotto e la soluzione di punta. Notiamo anche un buon aumento di progetti

☉ A questa domanda si potrebbe discutere per ore, senza arrivare a una conclusione.

Non essendo un esperto di scienze sociali, posso affermare che abbiamo la fortuna di vivere in un Paese dove c'è un forte senso estetico, dall'architettura alla moda, dall'arredo e alla cura della casa; questi aspetti sono unici in Italia rispetto ad altri Paesi. Tutti, inconsciamente o non, vogliamo avere dei segni distintivi che ci facciano emergere dalla massa, quindi sotto questo punto di vista esiste l'esigenza di distinguere il proprio ambiente e di rinnovarlo con più frequenza, proprio renderlo "nuovo" e, ancora una volta, unico. Gli architetti e gli altri professionisti del settore sono i primi che devono venire a conoscenza di questo nuovo approccio al decoro interno degli ambienti e di questi prodotti e soluzioni per poter divulgare, proporre e incrementare i lavori di interior decoration con le nostre soluzioni.

Alla base rimane, quindi, un lavoro di promozione sui professionisti, facendo loro toccare con mano e vedere ambientazioni realizzate unitamente alla formazione sia tecnica/commerciale sia pratica.

☉ Da quando abbiamo iniziato nel 2012 con la nostra programmazione corsi di Wrap&Decor, ci siamo rivolti inizialmente agli stampatori digitali e decoratori pubblicitari.

Per loro abbiamo creato la piattaforma on line che convoglia le richieste che arrivano regolarmente da utenti finali e che vengono poi distribuite agli iscritti. Con la nostra offerta formativa garantiamo preparazione e aggiornamento per varie tecniche e per vari prodotti. Durante l'anno organizziamo eventi o partecipiamo a fiere dove i nostri clienti sono invitati a partecipare e visitare proprio per rendere proattiva la promozione nel mercato su più fronti unitamente al supporto tecnico/commerciale che sa offrire SIR Visual. •