

Textile

WallArt d'HP mis à l'honneur sur Heimtextil

Pour changer le décor d'une boutique ou d'un corner, changer le revêtement mural a de multiples avantages le moindre n'étant pas sa pose et dépose rapides et quand il est imprimé en encres latex, son absence d'odeur. Ah et aussi sa capacité à être totalement personnalisé.

Pour démontrer la puissance et les fonctionnalités de l'impression numérique, HP a créé l'événement sur le salon du textile et de la décoration intérieure, à Francfort. Du 8 au 11 janvier, les visiteurs d'Heimtextil n'ont eu d'yeux que pour la « vitrine visuelle » de revêtements muraux. Gilles Denier, channel partner account manager sign & display production portfolio, y était. Il revient sur l'engouement suscité par la solution WallArt.

Signal'Etiqu' : Qu'est-ce que WallArt ?

Gilles Denier : La solution d'impression numérique HP s'articule autour d'une offre modulaire de logiciels créatifs, de supports, de technologie d'impression HP Latex, d'options de finition et de certifications sectorielles. Cette solution modulaire, dont fait partie le service HP WallArt, permet d'exploiter la tendance croissante de la personnalisation sur les murs, en proposant des papiers peints, revêtements et décors muraux et impressions sur toile, en pièces uniques ou en courts tirages.

motifs non répétitifs, dégradés de teintes bien lisses, couleurs multiples sur une même composition, et même de nouveaux supports et textures uniques.

Signal'Etiqu' : Qu'avez-vous imaginé à Heimtextil pour attirer l'attention ?

Gilles Denier : Nous avons invité l'architecte et designer Markus Benesch à concevoir l'espace d'exposition du stand HP. Il a offert une démonstration des différentes fonctions des solutions d'impression numérique d'HP, pour inspirer aussi bien les fabricants de revêtements muraux que les



visiteurs et les créatifs qui étaient sur place.

Signal'Etiqu' : Sur quels besoins repose cette solution ?

Gilles Denier : Les designers visionnaires d'aujourd'hui sont en permanence en quête de nouvelles technologies susceptibles de les

aider à donner vie à leurs créations, à repousser les limites, à trouver de nouvelles idées et à répondre à la demande croissante de pièces personnalisées.

Propos recueillis par Irène Lopez
Plus d'infos sur
www.hp.com/go/Latex
www.hpwallart.com



Signal'Etiqu' : A qui s'adresse cette solution ?

Gilles Denier : La cible comprend aussi bien des petits prestataires de service d'impression (PSP) que de grands fabricants de revêtements muraux. Ils vont pouvoir capter de nouvelles sources de revenus, en proposant des applications de décors muraux à haute valeur ajoutée pour les espaces commerciaux, marchands et résidentiels.

Signal'Etiqu' : L'enjeu se cantonne-t-il à un nouveau modèle économique ?

Gilles Denier : La technologie d'impression HP Latex n'induit pas seulement une nouvelle équation économique. D'un point de vue conceptuel, elle peut enrichir sensiblement l'offre créative :

1, 2 & 3 AVRIL 2014
PARIS PORTE DE VERSAILLES® - PAVILLON 4 - FRANCE

MARKETING
POINT DE VENTE
MPV

TOUTE L'EXPÉRIENCE
POINT DE VENTE
EN UN SALON

MERCHANDISING
DIGITAL
MOBILE PLV
AGENCEMENT
ÉTUDES DESIGN
ANIMATION

www.mpv-paris.com

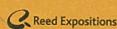
Toutes les idées pour faire vivre
une expérience d'achat unique à vos clients !

VOTRE BADGE
GRATUIT
avec le code :
CP20



www.mpv-paris.com

Organisé par



En tenue conjointe
avec le concours



En partenariat avec :

