

# LA FORTE POUSSÉE DE LA DÉCORATION INTÉRIEURE

PARMI LES NOUVEAUX DÉBOUCHÉS PORTEURS, LA DÉCORATION ET L'ARCHITECTURE INTÉRIEURE S'INSCRIVENT COMME UN SECTEUR PARTICULIÈREMENT ATTRACTIF. IMPRIMEURS GRAND FORMAT ET FOURNISSEURS DE CONSOMMABLES FOURBISSENT LEURS ARMES.



Le support adhésif imprimable s'intègre dans les projets de décoration, au sein d'espaces aménagés et habillés (film Hexis, réalisation Megamark, dans les locaux de IG France).

Le marché de la décoration émerge grâce à deux mouvements simultanés : la poussée de la demande des clients finaux professionnels et le développement d'une offre particulièrement bien ciblée.

Sur le versant « demande », les entreprises ont besoin de faire évoluer plus rapidement leur communication, leur image et leur identité visuelle. Elles souhaitent rénover leur architecture intérieure et la décoration. Il s'agit le plus souvent de bâtiments de bureaux, de chaînes d'hôtels, de chaînes de restauration, etc. Mais quelquefois aussi d'immeubles particuliers pour leurs halls d'entrée, la décoration des cages d'escalier, etc. « Les entreprises veulent pouvoir relooker leurs espaces de travail et points de vente plus souvent et plus rapidement qu'avant. L'utilisation de film adhésif revient moins cher que de changer tout le mobilier et permet donc de

relooker plus rapidement et à moindre coût les Points de Vente », constate Sandra Cabessa (responsable Communication et Projets chez MACtac France). Les boutiques et magasins, soumis à l'accélération des usages du numérique et d'Internet, sont en effet engagés dans une course effrénée au relooking et au réaménagement intérieurs. Leur objectif : créer une ambiance visuelle attractive, des scénographies originales et accueillantes, afin de mieux attirer et retenir les clients, « qui pourraient sinon se laisser tenter par les sirènes de l'e-commerce ».

## UNE OFFRE FLORISSANTE

Première conséquence de l'émergence de ce type de demande : la typologie des clients professionnels des imprimeurs et fournisseurs de consommables s'enrichit progres-

sivement de nouveaux métiers comme les architectes d'intérieur, les designers, les agences de style...

En réponse, le marché de l'offre se développe et se segmente pour ce type d'applications, avec une profusion de nouvelles matières, une surenchère de nouvelles couleurs et d'effets. Films adhésifs imprimables, mais aussi papiers peints modernisés et revêtements textiles originaux sont partis à l'assaut des murs et autres surfaces susceptibles d'accueillir des éléments visuels. Parallèlement, imprimeurs et fournisseurs font évoluer leurs forces commerciales pour approcher ces nouvelles cibles.

« Nous essayons de montrer à nos clients qu'au delà des enseignes et de la signalétique, qui constituent les motifs pour lesquels on faisait appel à eux, la charte graphique d'une entreprise peut être mise en œuvre par d'autres technologies que



Réalisation en papier peint Spandex IP (ImagePerfect).

la peinture (ou les procédés classiques), à savoir l'adhésif », déclare Patrice Slavan, responsable Marketing et Communication d'Hexis. Le producteur français de films adhésif est à même de démontrer ce qu'il promet puisqu'il l'a fait dans ses propres locaux (à Frontignan, dans l'Hérault), et chez quelques autres grands clients.

## UN MARCHÉ DE RENOUVELLEMENT TRÈS INTÉRESSANT

Dans tous ces cas, le débouché est important. D'abord parce qu'il s'agit souvent de projets importants : « On peut se retrouver face à des marchés très larges, comme des chaînes d'hôtels ou de magasins, avec des quantités importantes (nombre de m<sup>2</sup> impressionnant) », indique Françoise Daniel, responsable Communication chez ID Numérique.

Mais le débouché attire aussi parce qu'il comporte une très bonne perspective de marchés de renouvellement. En effet, étant donné qu'il s'agit « d'habiller » des zones très passantes, l'usure des films nécessitera des rénovations régulières. En outre, chaque changement de charte graphique devra conduire au changement des panneaux qui auront été posés, insiste Patrice Slavan (Hexis).

Pour les clients finaux également, l'utilisation de films adhésifs pour la (re)-décoration présente un grand avantage, une rentabilité importante. « Refaire un intérieur plus attractif avec du film adhésif évite de fermer le restaurant ou l'hôtel pendant une semaine. Les produits adhésifs offrent des coûts de travaux beaucoup plus faibles (de l'ordre de 40 à 50 % de réduction de coûts) », indique Denis Bourgeois (DG de Spandex France).

LE CONSOMMABLE  
REDYNAMISÉ PAR LA DÉCO



## APRÈS LE LOOK, LA TEXTURE ET LE TOUCHER

L'une des évolutions les plus marquantes du domaine des supports imprimables est que l'aspect visuel, qui est resté pendant longtemps le critère le plus important, ne suffit pas complètement aujourd'hui : la demande se porte aussi sur la texture.

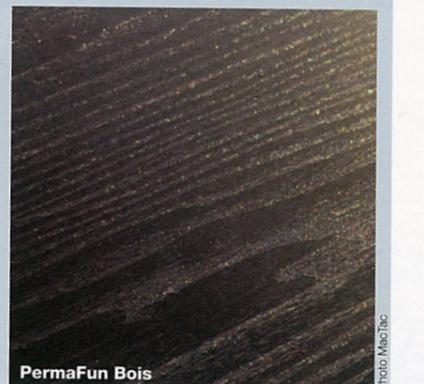
« Il y a 5 ans, il suffisait que l'image soit très bien imprimée, que le blanc soit brillant, qu'il y ait une belle opacité », se souvient Sandra Cabessa (MACtac).

Il y a 2 ou 3 ans, le producteur de supports adhésifs a été amené à rajouter à son offre des films produisant un effet « matière », comme la série PermaFun de films texturés. « Nous voulions qu'au toucher, le film d'impression apporte aussi quelque chose de tactile. Les aspects cuir, bois, rainuré... sont perceptibles au toucher ».

Avec cette gamme, on imprime d'abord un film d'impression avec le motif (bois, etc.), puis on recouvre d'un film de lamination texturé transparent, qui apporte cet aspect matière.

Il y a 1 ou 2 ans, le textile est venu s'ajouter à cette dimension tactile, avec des revêtements adhésifs, imprimables ou pas : des PVC, textiles polyester ou papiers vinyliques, ou encore papier peint imprimable.

L'objectif étant de proposer des revêtements adhésifs haut de gamme pour l'aménagement intérieur, en boutique et pour des particuliers.



PermaFun Bois

## LES SURFACES VITRÉES SE RHABILLENT



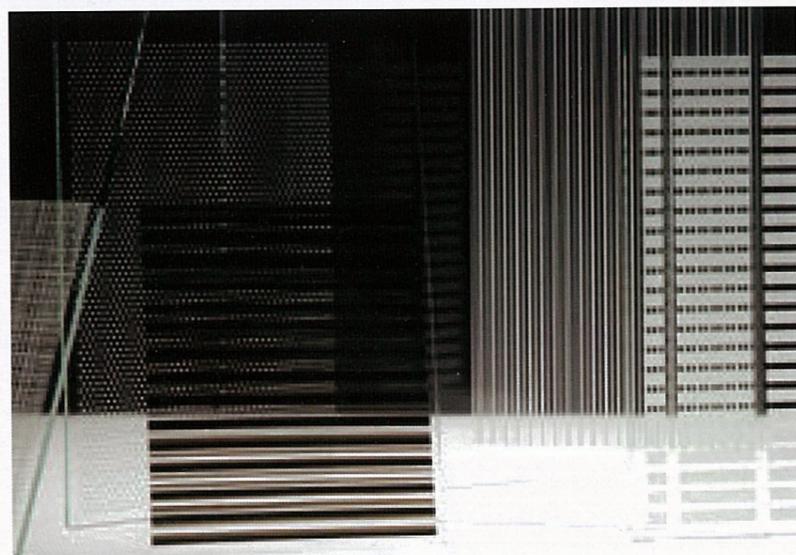
Dans l'architecture intérieure et la décoration, il est un sous-segment qui décolle de manière spectaculaire, l'habillage des parois vitrées et en miroir. « La décoration des espaces vitrés est une tendance lourde, notamment dans le contexte du développement des grands open spaces, avec des séparations par des cloisons vitrées », observe Sandra Cabessa (MACtac).

L'une des raisons de cet engouement est que le film adhésif apporte une relative « privatisation », qui contribue à rendre les ambiances de travail plus agréables. « Il contribue également à amplifier le design », ajoute Bertrand Delhoume (directeur de SDAG Adhésifs). Chez la plupart des revendeurs de consommables (notamment chez SDAG Adhésifs), la décoration intérieure est largement représentée cette année encore, avec de nouveaux modèles de supports pour vitrage, qui viennent compléter une offre déjà conséquente en films décoratifs

pour espaces vitrés. Parmi les références les plus connues, la collection de décoration de vitrage Fasara de 3M, un dépoli spécifique pour décoration lancé fin 2011 (gamme de films polyester imprimés et de hautes qualités, conçus pour répondre aux besoins de confidentialité de manière élégante et originale, sans réduire la luminosité), ou le 3M 7755-400 Scotchcal, film PVC coulé pour miroir recto/verso.

SDAG a également récemment référencé un nouveau fournisseur pour les films micro-perforés imprimables à poser sur une vitre (ClearFocus). De son côté, le français Hexis a aussi créé sa gamme de films imprimables pour surfaces vitrées. La plus récente est la famille HexView, films PVC coulés ultra-transparents destinés à habiller des cloisons vitrées ou des miroirs en entreprise, permettant de prolonger sur une ou des parois vitrées une partie de la charte graphique développée sur les murs. ■

Photos haut de page et ci-dessous : dépolis 3M Fasara pour la décoration, des films polyester imprimés qui préservent à la fois la confidentialité et la luminosité.



## LE PAPIER PEINT « REVISITÉ » REPREND SA PLACE SUR LES MURS

Le papier peint n'est plus une matière surannée. Après une ou deux décennies de disgrâce, il est sorti du tunnel, mais en version XXI<sup>e</sup> siècle : « On est passé à plein de nouveaux aspects de finition : lisse mais préencollé (comme celui de HP), texturés sable, lin, aspect papier japonais, antique (gaufre)... Les nouvelles gammes texturées sortent et contribuent à développer le marché », constate Françoise Daniel (ID Numérique). Malgré une image désuète, les papiers peints actuels offrent de larges possibilités, des textures différentes, des possibilités de personnalisation poussée (photos personnelles, etc.). « Ils s'impriment très bien, sont proposés à des prix compétitifs et ont opéré une percée remarquable dans cette grosse niche qu'est aujourd'hui l'architecture intérieure », confirme Denis Bourgeois (Spandex). Leur production n'exige pas de technologie parti-

culièrement lourde, en dehors d'un couchage permettant une impression de qualité. « Notre démarche est de donner des idées nouvelles aux clients, qui n'auraient pas demandé du papier peint imprimé spontanément. De les amener à sortir de la demande basique de l'adhésif découpé et l'adhésif imprimé, pour aller vers des marchés différents. On est dans l'additionnel. Cette année, nous allons commencer à travailler sur des focus produit autour de nos papiers peints », précise Denis Bourgeois.

De son côté, SIHL Digital Imaging a lancé il y a près de deux ans un support pour papier peint destiné au marché de la décoration murale personnalisée, Wallpaper Personmural, imprimable par jet d'encre en aqueux, et latex (mat, satiné...) et permettant de personnaliser des pièces et de réaliser facilement ses propres créations. ■

## LE CONSOMMABLE REDYNAMISÉ PAR LA DÉCO



## LE TEXTILE IMPRIMABLE S'INTÈGRE DANS LA DÉCORATION

Parmi les nouveaux revêtements apparus avec l'émergence des applications d'architecture intérieure, le textile opère une remontée spectaculaire, avec des nouvelles matières imprimables à façon, en numérique. « On imprime ainsi des rideaux, des moquettes... et même des drapeaux ! », constate Sam Vo-Quang, directeur commercial de SIHL France (Diatechnologies).

Les caractéristiques tactiles avantageuses du textile lui ont permis de s'ajouter depuis un ou deux ans aux revêtements adhésifs haut de gamme réclamés pour les aménagements intérieurs, en entreprise, en boutique et maintenant aussi pour des particuliers. L'impression du textile en décoration intérieure a maintenant largement débordé l'habillage de murs pour envahir de nombreux éléments comme les rideaux, coussins, housses de canapés, etc.

Parmi les développements techniques ayant favorisé la montée du textile, ID Numérique estime que l'impression latex

a élargi les champs du possible : alors qu'auparavant, de nombreux revêtements muraux ne pouvaient être imprimés qu'en sublimation, maintenant on peut les imprimer directement en latex, avec un très bon rendu couleur, une grande résistance dans le temps.

Egalement imprimables en numérique, les supports textiles canvas type toile d'artiste restent en bonne place même s'ils ne font pas l'objet de gros volumes, parce qu'il s'agit de produits très qualitatifs, utilisés pour des réalisations originales, à valeur ajoutée.

La sublimation thermique reste à l'ordre du jour pour l'impression de textile destinée à d'autres applications que la décoration (habillement, sport, ou encore bagagerie...) et sur des objets rigides. De nouveaux types de papier transfert sont développés : SIHL a récemment lancé une gamme de produits papier pour la sublimation sur textiles synthétiques polyester (développée à Chateauroux), appelée SubliColor Premium. ■

Textile imprimé grand format utilisé pour la décoration intérieure. (Showroom Exhibit à St-Ouen, 93).

