



LES APPLICATIONS QUI FONT BOUGER LA SITUATION

LES NOUVELLES APPLICATIONS CONSTITUENT LE PREMIER LEVIER D'ÉVOLUTION, DEVANT LES NOUVEAUTÉS TECHNOLOGIQUES : LATEX, IMPRESSION TEXTILE, MACHINES HYBRIDES... SANS OUBLIER L'ÉVOLUTION DE LA DEMANDE DU CLIENT VERS DU PLUS QUALITATIF.



L'impression sur supports souples permet de décorer très rapidement et à moindre frais des espaces d'accueil d'entreprises, des halls et couloirs d'hôtels, etc. (Photo ID Numérique)

Au cœur du débat « souple ou rigide », les nouvelles applications de l'impression numérique contribuent fortement à faire pencher le marché dans un sens ou dans l'autre. Le premier exemple venant à l'esprit est la spectaculaire poussée du marché de la déco, qui tire vers le souple, quelques années après la montée du marché du covering.

Le marché de plus en plus tendu, avec ses taux de croissances faibles, pousse les enseignantistes et imprimeurs traditionnels à essayer de proposer aussi des applications de type déco à leur clients (showrooms, espaces d'accueil...).

Le Souple se développe activement, affirme Denis Bourgeois (Spandex) : « Nous

avons beaucoup investi dans deux secteurs applicatifs en très grosse croissance : le premier est le covering de véhicules, créneau en très fort développement, ainsi que le covering de façade, qui marche bien aussi. Ce segment a permis la sortie de nombreux produits spécifiques.

Le second est la décoration intérieure : papiers peints, recouvrement de meubles, comptoirs d'hôtels, personnalisation d'espaces... marché qui est en train d'exploser, avec une croissance à 2 chiffres (pour certains créneaux, ce taux peut dépasser 50% !).

Point de vue confirmé par Bertrand Delhoume (SDAG Adhésifs) : « Il y a une belle évolution du marché vers la décoration,

notamment intérieure. Cette évolution a tendance à tirer le marché vers le souple, puisque nous avons pas mal de demandes sur des adhésifs muraux, des toiles, des papiers peints... Ce sont des choses qui commencent à se démocratiser et la demande est en augmentation ». Sur ce segment, SDAG revendique une offre très consistante.

DE NOUVEAUX SUPPORTS, PLUS PERFORMANTS

A noter que l'impression sur supports adhésifs n'est pas la seule à pousser les applications de décoration : l'impression latex a aussi pesé d'un poids important

« GAGNER
DU TEMPS SUR
LA POSE PERMET
AUX PRESTATAIRES
DE MIEUX VALORISER
LEUR TRAVAIL. ».

J-P BOHELAY
(ID NUMÉRIQUE).

dans cette évolution du marché, notamment en raison de la demande de réalisations moins toxiques et moins polluantes. Parmi les vecteurs ayant favorisé cette évolution du domaine, une nouvelle génération de supports d'impression. Concernant les supports souples adhésifs, ils s'avèrent



Impression sur support souple (Atelier ATC Groupe).

plus faciles à poser et enlever que la génération précédente, ce qui ouvre des perspectives très intéressantes en termes de gain de temps et d'argent. En effet, contrairement au prix du m² imprimé, qui tend à baisser en France, celui de la pose ne baisse pas, au contraire a-t-on envie de dire... « La seule manière de permettre aux entreprises de valoriser leur travail, c'est de gagner du temps de pose », analyse Jean-Paul Bohelay (ID Numérique).

« Ce que permet justement ce type de produit, qui ne nécessite que très peu de temps de pose et très peu de temps de préparation. Et là, il y a une vraie économie globale, importante à faire pour l'imprimeur ».

Autre support souple, pas forcément adhésif, à vouloir sa part du gâteau, le textile : « Au niveau des supports nouveaux, il y a une grosse arrivée du côté de l'impression sur toile », souligne Bertrand Delhoume (SDAG Adhésifs). « Deux facteurs poussent ce type de média : la technologie HP latex, qui rend l'impression sur toile facile et propre, et l'arrivée des petites machines à sublimation, qui font que ce marché est en train d'évoluer ».

Puisque les machines se vendent, il y a des besoins pour des supports de type textile et les fournisseurs de supports font rentrer dans leur des gammes de toiles, ce qui fait évoluer le domaine.

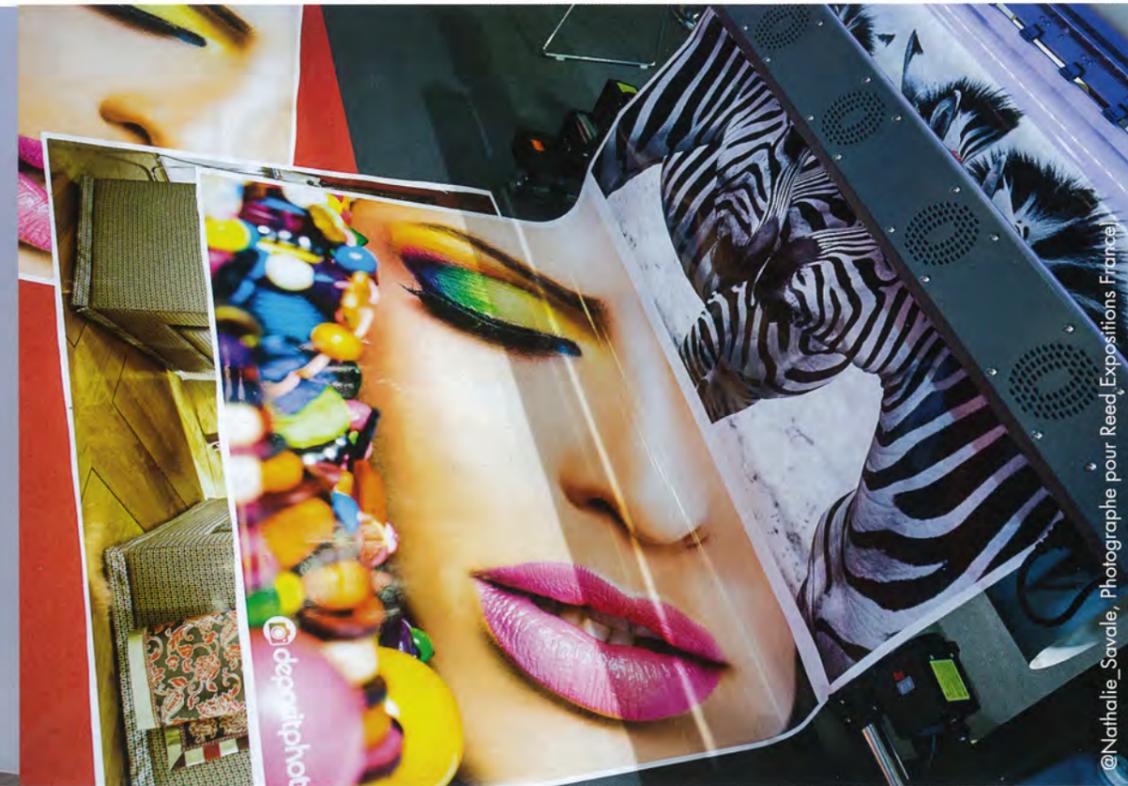
« Ce qui est intéressant avec l'impression



Décoration d'un stand avec des supports souples imprimés (Photo Spandex).



Impression directe sur plaques en plexiglas (Photo Pixartprinting).



Impression sur media souple, en live sur le dernier salon VISCOM.

textile, c'est qu'elle fait baisser les coûts de production. Et les moyens de transport sont très simplifiés, parce que le textile se plie, et que le pli ne marque pas. Vous pouvez l'envoyer par La Poste, ce qui est extrêmement pratique. » ajoute Christophe Aussenac (ATC).

« L'impression textile se développe énormément, notamment dans la personnalisation », complète Jean-Paul Bohelay. « Il y a quelques années, on faisait du papier plastifié encapsulé à chaud pour faire des kakemonos, ensuite on est passé à la bâche ou la toile enduite, maintenant on arrive au textile. L'évolution est aussi poussée par la mode, qui veut aujourd'hui que l'on imprime sur du textile. Il y a aussi le marché de la signalétique textile, qui se développe, même s'il reste globalement marginal par rapport au volume total signalétique ».

Mais malgré ce développement prometteur, l'explosion du textile ne semble pas être pour demain. Même les imprimeurs qui en proposent beaucoup déclarent que

le textile n'est qu'un produit parmi plusieurs autres.

Parallèlement à la baisse des prix des imprimantes et à leur plus grande facilité d'utilisation, les machines deviennent plus polyvalentes, notamment avec la poussée des imprimantes hybrides. « Les machines ont beaucoup évolué, elles sont devenues



J-P. Bohelay, DG de ID Numérique: « une nouvelle génération de supports d'impression souples adhésifs, plus faciles à poser et enlever... ».

extrêmement polyvalentes. Aujourd'hui, le plus performant, c'est clairement la machine hybride », affirme Christophe Aussenac (ATC). « Imprimer même un seul exemplaire est devenu plus rentable en direct qu'en adhésif avec contre-collage ensuite. Les plus grands fabricants mondiaux, que ce soit Durst ou VuTek/EFI, ont choisi le système hybride ».

Ce qui est très intéressant avec ces systèmes hybrides, soulignent leurs partisans, c'est qu'ils permettent d'utiliser successivement plusieurs types de support, par exemple une bâche, puis du tissu, puis un adhésif, puis des supports rigides. On peut arriver à imprimer des réalisations intéressantes même avec une machine hybride d'entrée de gamme, même si c'est moins rapide, un peu plus fastidieux et un peu plus fragile !

Même si le prix de ces machines d'entrée de gamme dépasse largement les 50 000€ (il tournerait plutôt autour des 100 000€), ce qui n'est certes pas à la portée des petits imprimeurs (sans comp-

ter qu'il faut aussi payer les compétences de l'opérateur), leur impact sera positif non seulement sur le coût final, mais aussi sur la vitesse et la qualité de la production.

LA DEMANDE AUSSI MONTE EN GAMME

Les progrès des machines et des supports ne sont pas les seuls leviers d'évolution de l'impression. La demande des utilisateurs finaux évolue vers le haut : plus de qualité et quelquefois une garantie durabilité.

« Au niveau des supports souples, les clients ont tendance à légèrement monter en gamme », soutient Bertrand Delhoume, (SDAG Adhésifs) : « Ils choisissent plutôt dans les gammes polymère, pour les questions de durabilité notamment. Ils acceptent donc de payer plus cher ces nouveaux supports, surtout que la différence de prix intervient très peu au niveau du prix du produit final ».

« Avant, nos clients étaient plutôt sur des supports très basiques (vinyle monomère,

par exemple). Aujourd'hui, ils cherchent des solutions plus créatives », confirme Denis Bourgeois (Spandex). Un exemple concret de cette recherche de supports qualitatifs et performants : la campagne de lancement du film StarWars (voir photo en page 26). La demande tend à s'« élever » également du côté des médias sans PVC, aussi bien au niveau des adhésifs que des toiles, des bâches ou des autres supports. Mais il est vrai que les montants à payer dissuadent souvent les amateurs.

Signalons en conclusion que la tendance corollaire à cette montée en gamme de la demande est un besoin croissant de conseil de la part du fournisseur. Pour aider à imaginer de nouvelles possibilités, envoyer des échantillons permettant de tester les idées, pour les concrétiser ensuite (par exemple, poser sur le sol des supports imprimés)... Tout un travail d'accompagnement, de conseil en amont, de formation... qui vous est décrit dans l'article page suivante ("Imprimer n'est pas tout"). ■



L'imprimante HP Latex 360, sur Aqua paper (Intissé Pré-encollé très pratique à poser). Photo ID Numérique.