**PERSBERICHT**

15 mei 2018

**PRINT CENSUS 2018 TOONT STRATEGISCHE REACTIES OP GROEIENDE VRAAG**

*Resultaten laten aanhoudende stijging inkomsten en meer investeringen in klantgerichte digitale technologie zien*

FESPA komt vandaag met de belangrijkste resultaten uit hun Print Census 2018, uitgevoerd in samenwerking met InfoTrends, een afdeling van Keypoint Intelligence.

In totaal werd de enquête ingevuld door 1405 personen. Dit is een stijging van 12% ten opzichte van de laatste census van mei 2015. De respondenten zijn afkomstig uit 102 landen, wat een aanzienlijk breder geografisch bereik betekent dan voor het onderzoek van 2015 (+59%). Gegevens voor 2017 werden verzameld tijdens FESPA-evenementen en bij leden van de associatie in Europa, Eurazië, Mexico, Brazilië, Thailand en Zuid-Afrika.

Voor de nieuwste Print Census zijn gegevens verzameld van talloze drukkerijen die hun voornaamste bedrijfsactiviteiten definiëren als: digitaal drukwerk (17%); scherm (15%); bebording en displays (10%); textiele stoffen en rechtstreeks op kleding (10%); commercieel drukwerk en reprografie (13%); grafische kunst en creatief (11%) en verpakkingen (4%).\*

**Belangrijkste resultaten Print Census 2018**

De belangrijkste trends die uit de gegevensanalyse van het onderzoek uit 2015 naar voren kwamen, zijn in 2018 nog net zo sterk en in veel gevallen zelfs nog duidelijker, aangedreven door blijvend economisch herstel en de positieve impact van technologie ter ondersteuning van grootschalige personalisatie:

1. **Optimisme**

Het optimisme uit de reacties in 2015 komen ook in 2018 weer sterk naar voren: 83% van de respondenten meldden dat ze de toekomst optimistisch tegemoet zien (2015: 80%). Dit heeft een stevige basis; het aantal bedrijven dat digitaal grootformaatdrukwerk levert, blijft groeien en de respondenten meldden een gecumuleerd jaarlijks groeipercentage (CAGR) van 4,2% sinds 2007. Vandaag de dag komt 44% van de totale omzet uit digitale uitvoer. Naar verwachting zal dit binnen 2 jaar stijgen tot 53%.

**2) Vraag van consumenten**

De voortdurende herdefiniëring van de drukwerkbranche als een consumentgestuurde service-industrie is vandaag de dag nog duidelijker dan drie jaar geleden; bedrijven haken steeds vaker in op de trend van grootschalige personalisatie. 72% meldt nu een toenemende vraag naar snelle omlooptijden, 61% ziet een groeiende vraag naar kleine oplagen en 59% merkt dat consumenten sneller just-in-time levering (JIT) verwachten.

**3) Groeiende mix met grootformaatproducten**

Het moderne landschap van bebordings- en displaytoepassingen wordt grotendeels bepaald door banners; deze worden door 68% van de respondenten regelmatig geproduceerd en de helft ziet meer kansen voor groei. Bebording en reclameborden blijven, net als in 2015, tot de belangrijkste toepassingen behoren die door respondenten worden geproduceerd.

POS/POP-displays krijgen een steeds groter aandeel. 59% van de bedrijven zien al groei in deze markt. Meer dan de helft van de bedrijven produceert ook meer zelfklevende toepassingen, zoals wikkels, voertuiggraphics en bestickering, dankzij continue ontwikkelingen in digitaal bedrukbare zelfklevende materialen.

De continue groei van gedrukte interieurtoepassingen is onmiskenbaar: 74% van de respondenten ziet behang en interieurinrichting als groeimogelijkheden voor hun bedrijf.

**4) Investeringen in digitale technologie**

Drukkerijen blijven inspringen op de groeiende vraag van consumenten naar snelle omlooptijden, kleine oplagen en JIT-levering met strategische investeringen in digitale technologie.

Met het oog op het hogere volume hebben investeringen in verhoging van de capaciteit nu de hoogste prioriteit. 54% van de respondenten noemt dit hun belangrijkste motivatie voor kapitaaluitgaven (2015: 34%). Kostenbesparing is voor 53% een belangrijke factor; diversificatie in nieuwe markten en het productaanbod blijft voor eveneens 53% van de respondenten een belangrijk richtpunt.

Uit het onderzoek komt ook naar voren dat er meer wordt geïnvesteerd op punten die invloed hebben op de klanttevredenheid en consistentie. 34% is van plan in kwaliteitscontrole te investeren; 28% in web-to-print en 27% in op de cloud gebaseerd inhoudsbeheer en kleurbeheer, ondersteund door investeringen in trainingen.

Ook in 2018 zien we dezelfde patronen in technologische evolutie terug, met toenemende omzet uit UV-, latex- en directe en inktsublimatie. Daar staat tegenover dat er steeds minder gebruik wordt gemaakt van oplosmiddelen, technologieën op waterbasis en analoge technologieën. 27% van de respondenten uit 2018 die werkzaam zijn in de bebordings- en displaysector, zijn van plan een UV-inkjetprinter (flatbed of hybride) aan te schaffen. Nog eens 18% wil gaan investeren in UV-rol- of latex-apparaten.

Een van belangrijkste criteria voor aanschaffen is de productiviteit; 63% geeft aan dat het belangrijkste kenmerk van een nieuwe printer een hogere snelheid moet zijn. Het gemiddelde investeringsniveau in de bebordings- en displaysector 43% hoger dan in 2015, volgens Euros 144600.

**5) Textiel**

De Print Census 2018 is ontwikkeld om een gedetailleerder beeld te geven van het groeiende textielsegment. Respondenten zijn onder andere schermdrukkerijen gericht op textiele toepassingen, speciale textielproducenten en bedrijven die rechtstreeks op kleding drukken.

Kledingproducten vormen in alle textiele bedrijven de grootste afdeling; de lijst met toepassingen waarin een duidelijke groei te zien is, wordt aangestuurd door sportkleding, textiel voor kleding en snelle modetrends.

Digitale technologieën voor textiel kennen een langzamere acceptatie dan andere segmenten: in vrijwel alle op textiel gerichte segmenten wordt de productie nog altijd uitgevoerd met behulp van analoge processen. Van de drukkerijen die op textiel is gericht, heeft 56% echter wel in digitale technologieën geïnvesteerd en 19% is van plan dit in de komende twee jaar te doen. Hiermee proberen ze te profiteren van voordelen als snellere introductie op de markt, gepersonaliseerde creatieve verzamelingen, de mogelijkheid om prototypes te ontwikkelen en een positieve impact op het milieu, dankzij een lager verbruik van water en energie.

De productiesnelheid heeft voor 69% van de respondenten uit de textielwereld prioriteit bij het investeren en 55% wil over de mogelijkheid beschikken om rechtstreeks op onbehandelde materialen te drukken. Deze investeringen worden aangestuurd door de vraag van merkeigenaren naar productie met snelle omlooptijden die de toeleverketen op bepaalde punten zoals afvalvermindering kan verbeteren, optimaler op seizoenspieken kan inspringen en lokale levering mogelijk maakt.

Scherm- en textieldrukkerijen verwachten dat het aandeel van digitaal drukwerk in de omzet van textielbedrukking de komende twee jaar met 12% zal toenemen.

**6) Duurzaamheid**

De vragenset is in de Census van 2018 uitgebreid om een actueel inzicht te krijgen in het belang van milieuvriendelijke, duurzame productie.

Uit de antwoorden blijkt dat investeringen in duurzaamheid grotendeels worden beïnvloed door de verwachtingen van consumenten betreffende duurzame productie en materialen. 76% zegt dat de vraag van consumenten naar milieuverantwoordelijke producten van belang is voor de bedrijfsstrategie; meer dan 1 op de 5 geeft aan dit een grote invloed heeft.

32% van de respondenten is hierop ingegaan met behulp van energiezuinige apparatuur of apparatuur met een milieukeurmerk om aan de vraag van de consument te voldoen. Anderen zijn trainingen op het gebied van duurzaamheid gaan geven en VOC-vrije inkt en recyclebare materialen gaan gebruiken en hebben recyclingprogramma's voor afgeschreven apparaten in werking gesteld.

72% van de PSP's heeft investeringen gedaan in duurzaamheid zonder de prijzen te hoeven verhogen. Hierdoor bleef de verkoop gelijk en hebben ze hun concurrentiepositie op het gebied van prijzen weten te behouden.

Sean Holt, Executive Director van FESPA, licht toe: "Uit de resultaten van de Print Census 2018 kunnen we de mooie conclusie trekken dat de wereldwijde community van drukkerijen springlevend is en nog steeds een gestage groei kent. We zien dat ze hierop ingaan door de capaciteit uit te breiden en zichzelf meer en meer te onderscheiden met nieuwe producten en services. We zien dat PSP's zich nog altijd enorm inzetten om de evoluerende verwachtingen van de consument te leren kennen en aan die verwachtingen te voldoen. Bedrijven streven naar op de consument gerichte ontwikkelingsstrategieën op basis van geplande investeringen in technologie en training."

Holt concludeert: "De FESPA Print Census is vooral nuttig als een stukje marktintelligentie, omdat hierin de commerciële werkelijkheid voor een kleine 1500 drukkerijen wordt weerspiegeld. We zijn van mening dat deze fundamentele inzichten, aangevuld door andere onderzoeksinitiatieven van FESPA naar de belangrijkste groeikansen, tastbaar voordeel kunnen opleveren voor onze leden, omdat ze op basis van dit onderzoek weloverwogen beslissingen kunnen nemen ter ondersteuning van hun groei op lange termijn."

"Na bijna tien jaar heeft FESPA zijn positie als marktleider op het gebied van ideeën verstevigd dankzij continue investeringen in onderzoek," zegt Ron Gilboa, Group Director van de afdeling producttechnologie van Keypoint Intelligence. "De resultaten van de Print Census 2018 bieden FESPA-leden een goede ondersteuning bij het plannen van hun toekomstige bedrijfsstrategie. Daarnaast helpen ze de wereldwijde afdrukken gespecialiseerde community met de belangrijkste groeigebieden in de sector en versterken ze de rol van FESPA als bron van actuele informatie voor innovators over de hele wereld."

Het volledige rapport van de Print Census 2018 is gratis beschikbaar voor leden van de nationale FESPA-associaties en voor leden van FESPA Direct. De kosten voor het volledige rapport voor niet-leden bedragen EUR 2000,00.

-EINDE-

**Opmerkingen voor redacteuren**

\*20% van de respondenten heeft 'Overig' geselecteerd.

**Over FESPA**

FESPA werd opgericht in 1962 en is een wereldwijde federatie van 37 aangesloten verenigingen voor zeefdruk, digitaal afdrukken en afdrukken op textiel. Het tweeledige doel van FESPA bestaat uit het bevorderen van zeefdruk en digitale beeldvorming en het delen van kennis over zeef- en digitale druk met haar leden over de hele wereld. FESPA wil hen helpen om hun bedrijven te doen groeien en hen informeren over de nieuwste ontwikkelingen in hun snelgroeiende industrieën.

**FESPA winst voor doel**
Onze aandeelhouders vormen de industrie. FESPA heeft in de afgelopen zeven jaar miljoenen euro geïnvesteerd in de wereldwijde printgemeenschap en ondersteunde zo de groei van de markt.

**De volgende evenementen van FESPA zijn onder andere:**

* FESPA Global Print Expo, 15-18 Mei 2018, Messe Berlin, Berlin, Germany
* European Sign Expo, 15-18 Mei 2018, Messe Berlin, Berlin, Germany
* FESPA Awards, 16 Mei 2018, Berlin, Germany
* FESPA Africa, 12-14 September 2018, Gallagher Convention Centre, Johannesburg, South Africa
* FESPA Mexico, 20-22 September 2018, Centro Citibanamex, Mexico City, Mexico
* FESPA Eurasia, 6-9 December 2018, CNR Expo, Istanbul, Turkey
* FESPA Brasil, 20 – 23 Maart 2019, Expo Center Norte, São Paulo, Brazil
* FESPA Global Print Expo, 14-17 Mei 2019, Messe München, Munich, Germany
* European Sign Expo, 14-17 Mei 2019, Messe München, Munich, Germany

**Gepubliceerd namens FESPA door AD Communications.**

**Voor nadere informatie kunt u contact opnemen met:**

Ellie Martin Sarah Farrell

Tel: + 44 (0) 1372 464470 Tel: +44 (0) 1737 240788

Email: emartin@adcomms.co.uk Email: sarah.farrell@fespa.com

[www.adcomms.co.uk](http://www.adcomms.co.uk) [www.fespa.com](http://www.fespa.com)

**Over Keypoint Intelligence**

Keypoint Intelligence is een wereldwijde marktleider op het gebied van gegevens- en marktintelligentie voor de digitale imagingsector. Er werken wereldwijd meer dan 125 professionals die essentiële plannings- en marktlanceringsservices leveren, zoals diepgaand marktonderzoek, intelligentie over concurrenten, verkooptrainingen, producttesten, contentcreatie en klantbetrokkenheid.

Mike Fergus

Tel:+1 (973)7972150

Email: mike.fergus@keypointintelligence.com

[www.keypointintelligence.com](file:///C%3A/Users/emartin/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/Content.Outlook/OW7H9OTD/www.keypointintelligence.com)