**COMUNICATO STAMPA**

15 maggio 2018

**IL PRINT CENSUS 2018 RIVELA RISPOSTE STRATEGICHE ALLA DOMANDA CRESCENTE**

*I risultati mostrano un consistente aumento dei ricavi e un’accelerazione degli investimenti relativi alla tecnologia digitale rivolta ai clienti*

FESPA oggi rivela i risultati principali del Print Census 2018, condotto in collaborazione con InfoTrends, una divisione di Keypoint Intelligence.

L’indagine è stata condotta su 1405 intervistati, ovvero un 12% in più rispetto all’ultimo Print Census pubblicato a maggio 2015. I partecipanti provengono da 102 Paesi, con una portata geografica molto più estesa rispetto all’indagine del 2015 (+59%), i cui dati sono stati raccolti nel corso del 2017 ad eventi FESPA e presso i membri dell’associazione in Europa, Eurasia, Messico, Brasile, Thailandia e Sud Africa.

L’ultimo Print Census ha raccolto dati da un’ampia gamma di aziende operanti nel settore della stampa incentrate su: stampa digitale (17%); serigrafica (15%); segnaletica ed espositori (10%); stampa su tessuti e diretta su capi di abbigliamento (10%); stampa commerciale e reprografia (13%); arti grafiche e creative (11%); e imballaggi (4%).\*

**Risultati principali del Print Census 2018**

Analizzando i dati, le tendenze chiave emerse dall’indagine del 2015 vengono confermate nel 2018 e in molti casi sono addirittura rafforzate, alimentate dalla continua ripresa economica e dall’impatto positivo della tecnologia a supporto della personalizzazione di massa:

1. **Ottimismo**

L’ottimismo dell’indagine del 2015 appare rafforzato nel 2018;l’83% degli intervistati si dichiara ottimista riguardo al futuro della propria impresa (2015: 80%). Si tratta di un dato ben consolidato, con le imprese della stampa digitale di grande formato in continua espansione e un tasso di crescita annuo medio per gli intervistati del 4,2% dal 2007. Oggi, la stampa digitale rappresenta il 44% dei ricavi totali e si prevede un aumento del fatturato del 53% nei prossimi 2 anni.

**2) Domanda dei clienti**

La ridefinizione in corso della stampa come industria di servizi orientata al consumatore oggi è ancora più marcata rispetto a tre anni fa, con le imprese che cercano di soddisfare la tendenza della personalizzazione di massa. Il 72% oggi segnala una domanda crescente per una produzione rapida, il 61% nota una maggiore richiesta di basse tirature e il 59% osserva un aumento delle aspettative per le consegne *just-in-time* (JIT).

**3) Mix in evoluzione dei prodotti di ampio formato**

Il panorama odierno delle applicazioni nell’ambito della segnaletica e delle esposizioni è dominato dai banner, prodotti regolarmente dal 68% dei partecipanti e considerati un elemento di crescita stabile da parte della metà di essi. Le insegne e i cartelloni mantengono la loro posizione del 2015 tra le applicazioni maggiormente prodotte dagli intervistati.

I display POS/POP sono in aumento e il 59% delle imprese prevede uno sviluppo di questo segmento. Più della metà delle imprese producono anche maggiori applicazioni adesive, come rivestimenti, grafiche e decalcomanie per veicoli, grazie ai continui progressi dei media degli adesivi stampabili digitalmente.

L’incremento stabile degli elementi stampati per la decorazione è lampante e il 74% degli intervistati individua il settore della carta da parati e della decorazioni per interni come quello maggiormente in espansione nella loro impresa.

**4) Investimenti in tecnologia digitale**

Le aziende di stampa continuano a soddisfare la domanda consistente dei clienti per una produzione rapida, basse tirature e consegne just-in-time (JIT) grazie agli investimenti nella tecnologia digitale strategica.

A fronte dell’incremento in termini di volume, l’investimento nell’ampliamento delle capacità rappresenta una priorità. Il 54% dei partecipanti la cita infatti come la motivazione principale per la spesa di capitale (2015: 34%). La riduzione dei costi rappresenta il 53%, mentre la diversificazione in nuovi mercati e dell’offerta dei prodotti resta un punto chiave dell’investimento per il 53% degli intervistati.

L’indagine rivela anche un’attenzione maggiore nelle aree che si ripercuotono sulla soddisfazione e sulla fidelizzazione dei clienti. Il 34% progetta di investire nei controlli di qualità, il 28% nel web to print, e il 27% rispettivamente nella gestione dei contenuti via cloud e nella gestione del colore, supportati da investimenti in termini di formazione.

Le tendenze consolidate dell’evoluzione tecnologica continueranno nel 2018, con l’incremento dei ricavi provenienti dagli inchiostri UV, al lattice, dalla stampa diretta e dalla sublimazione d’inchiostro, in contrasto con il calo nell’utilizzo delle tecnologie a base di solvente, acqua e prodotti simili. Il 27% dei partecipanti del 2018, nel segmento della segnaletica e delle esposizioni, intende acquistare una stampante a getto d’inchiostro UV (a letto piano o ibrida) e un ulteriore 18% è interessato a investimenti nei roll-to-roll o nel lattice.

La produttività rappresenta la motivazione di acquisto dominante, con il 63% degli intervistati che cita la maggiore velocità come il fattore principale per l’acquisto di una nuova stampante. Il livello di investimento medio nel segmento della segnaletica e delle esposizioni è del 43% maggiore rispetto al 2015, pari a 144.600 euro.

**5) Tessile**

Il Print Census 2018 è stato pensato per fornire un quadro più dettagliato del segmento tessile in espansione. I partecipanti hanno incluso il settore della stampa serigrafica con un’attenzione particolare alle applicazioni tessili, i produttori dedicati al tessile e le imprese di stampa diretta su capi di abbigliamento.

La stampa su capi di abbigliamento domina nelle diverse imprese tessili, assieme all’abbigliamento sportivo, il tessile per capi di abbigliamento e la fast fashion che rappresentano le applicazioni in crescita, dette “leader board”.

L’implementazione del digitale nel settore tessile è più lenta rispetto agli altri segmenti e in questo segmento la produzione risulta ancora dominata da processi analogici. Tuttavia, tra gli stampatori specializzati nel settore tessile, il 56% ha effettuato investimenti nel digitale e il 19% intende farlo nei prossimi due anni, al fine di coglierne i vantaggi come la riduzione dei tempi di immissione sul mercato, le collezioni creative personalizzate, la produzione di prototipi e l’impatto positivo sull’impronta ambientale riducendo i consumi di acqua ed energia.

La velocità di produzione è una priorità di investimento per il 69% degli intervistati del segmento tessile, e il 55% desidererebbe stampare direttamente su materiali grezzi. Tali investimenti sono motivati dalla domanda dei proprietari di brand per una produzione orientata al tempo che migliori la catena di fornitura in termini di riduzione dei rifiuti, ottimizzazione delle risposte ai picchi stagionali e consegne locali.

Gli stampatori serigrafici e tessili si aspettano un aumento del contributo del digitale sui ricavi della stampa tessile del 12% nei prossimi due anni.

**6) Esigenze ambientali**

Il set di domande del Census 2018 è stato ampliato per ottenere dati aggiornati sull’importanza di una produzione ecosostenibile.

Le risposte mostrano che gli investimenti ambientali sono fortemente influenzati dalle aspettative dei clienti in merito a produzioni e materiali sostenibili. Il 76% dichiara che la domanda dei clienti per prodotti ecologicamente responsabili sta influenzando le strategie commerciali, con più di un intervistato su cinque che lo considera un fattore rilevante.

Il 32% degli intervistati ha risposto utilizzando strumenti a gestione energetica efficiente o certificati ecologicamente per soddisfare la domanda dei clienti, mentre altri hanno indicato formazioni sulla sostenibilità, utilizzo di inchiostri privi di VOC e media riciclabili, nonché programmi di riciclo a fine vita.

Il 72% dei fornitori di servizi di stampa (PSP) ha potuto investire nella sostenibilità senza aumentare i prezzi, preservando le vendite e mantenendo la concorrenza a livello di tariffe.

Sean Holt, direttore esecutivo di FESPA, ha commentato: “Analizzando i risultati del Print Census 2018, siamo lieti di notare nuovamente che la comunità globale entusiasta delle aziende del settore della stampa sta registrando un incremento notevole e sta rispondendo alla domanda crescente aumentando le proprie capacità di produzione, oltre che differenziando i propri prodotti e servizi. I risultati mostrano un impegno continuo tra i fornitori di servizi di stampa (PSP) nel comprendere e soddisfare le aspettative in evoluzione dei consumatori. Le imprese mirano a sviluppare strategie di sviluppo orientate ai clienti, sostenute da investimenti programmati in termini di tecnologia e formazione.”

Holt ha concluso con queste parole: “Il Print Census di FESPA è un elemento di market intelligence particolarmente significativo poiché riflette la realtà commerciale di circa 1500 imprese del settore della stampa. Crediamo che questa panoramica di base, assieme ad altre iniziative di ricerca di FESPA sulle opportunità principali di sviluppo, possa fornire un beneficio tangibile ai nostri membri aiutandoli a compiere decisioni informate a supporto della loro crescita a lungo termine.”

“Per la maggior parte dell’ultimo decennio, FESPA ha consolidato la sua posizione come leader di pensiero nel settore grazie ai suoi continui investimenti nella ricerca”, ha commentato Ron Gilboa, direttore del gruppo Production Technology presso Keypoint Intelligence. “I risultati del Print Census 2018 supporteranno i membri di FESPA nella pianificazione della loro strategia commerciale futura, guidando anche la comunità globale della stampa stampare specializzata verso le aree di crescita del settore e rafforzando il ruolo di FESPA come fonte di informazioni puntuali per gli innovatori in tutto il mondo.”

Il rapporto completo Print Census 2018 è disponibile gratuitamente per i membri delle associazioni nazionali e per membri diretti di FESPA. Il costo del rapporto completo per i non membri è di 2.000 euro.

-FINE-

**Note per i redattori**

\*Il 20% degli intervistati ha risposto “Altro”.

**Informazioni su FESPA:**

Fondata nel 1962, FESPA è una federazione di associazioni di categoria che si occupa anche dell’organizzazione di esposizioni e conferenze per i settori della stampa serigrafica e digitale. Il duplice scopo di FESPA è la promozione della stampa serigrafica e digitale e la condivisione con i suoi membri in tutto il mondo delle conoscenze su queste due tecniche di stampa, per aiutarli a far crescere le proprie attività e a informarsi sugli ultimi sviluppi dei propri settori in rapida crescita.

**FESPA Profit for Purpose**   
I nostri azionisti sono il mercato. Negli ultimi sette anni FESPA ha investito milioni di Euro per supportare la community globale della stampa e stimolare la crescita del mercato. Per maggiori informazioni, visita il sito [www.fespa.com](http://www.fespa.com)

**FESPA Print Census**

Il sondaggio FESPA sul settore della stampa è un progetto di ricerca globale pensato per conoscere meglio la comunità di professionisti che si occupano di stampa di grande formato, serigrafia e stampa digitale. È il progetto di raccolta dati più grande nel suo genere.

**I prossimi eventi FESPA comprendono:**

* FESPA Global Print Expo, 15-18 maggio 2018, Messe Berlin, Berlino, Germania
* European Sign Expo, 15-18 maggio 2018, Messe Berlin, Berlino, Germania
* FESPA Awards, 16 maggio 2018, Berlino, Germania
* FESPA Africa, 12-14 settembre 2018, Gallagher Convention Centre, Johannesburg, Sudafrica
* FESPA Mexico, 20-22 Settembre 2018, Centro Citibanamex, Città del Messico, Messico
* FESPA Eurasia, 6-9 dicembre 2018, CNR Expo, Istambul, Turchia
* FESPA Brasil, 20 – 23 marzo 2019, Expo Center Norte, San Paolo, Brasile
* FESPA Global Print Expo, 14-17 Maggio 2019, Messe München, Munich, Germany
* European Sign Expo, 14-17 Maggio 2019, Messe München, Munich, Germany

**Pubblicato per conto di FESPA da AD Communications**

**Per maggiori informazioni contattare:**

Ellie Martin Sarah Farrell

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

Email: [emartin@adcomms.co.uk](mailto:emartin@adcomms.co.uk) Email: [sarah.farrell@fespa.com](mailto:sarah.farrell@fespa.com)

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

**Informazioni su Keypoint Intelligence**

Keypoint Intelligence è un leader in materia di dati globali e market intelligence per il settore dell’imaging digitale. I nostri oltre 125 professionisti in tutto il mondo forniscono pianificazione critica e servizi di commercializzazione, incluse ricerche di mercato approfondite, informazioni sulla concorrenza, formazione sulle vendite, test dei prodotti, creazione di contenuti e coinvolgimento dei clienti.

Mike Fergus

Tel: +1 (973)7972150

E-mail: [mike.fergus@keypointintelligence.com](mailto:mike.fergus@keypointintelligence.com)

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