

Pressmeddelande

Digitaltryck och storformat räddade den grafiska branschen under lågkonjunkturen

Storformat – en tidigare smal nisch för professionella tryckare – har visat sig vara ett säkert kort under lågkonjunkturen. Det visar en färsk undersökning från Canon.

Stockholm, 9 februari 2010. För tredje gången gillt presenterar Canon en undersökning om den grafiska branschen. Det är den hittills största i sitt slag med 840 respondenter och fokuserar denna gång på hur den grafiska branschen genomlevt lågkonjunkturen. Den fullständiga rapporten kommer att publiceras i maj 2010 men Canon kan redan idag avslöja några viktiga resultat:

- Att arbeta med digitaltryck har varit en förutsättning för framgång under lågkonjunkturen. Offsetrelaterade intäkter har minskat med närmare 20 procent medan intäkter från digitaltryck har ökat med över 25 procent.
 - Efterfrågan på storformatstryck har ökat och över 85 procent av tryckarna uppger att deras satsning på storformat som skylt- och textiltryck har varit avgörande för att överleva lågkonjunkturen.
 - Företag som erbjuder multimedietjänster eller mervärdestjänster till specifika branscher leder återhämtningen från finanskrisen.
- Minskade marknadsföringsbudgetar i och med lågkonjunkturen och den allmänna trenden med kortare produktionstider har tvingat branschen att utvärdera både sin teknik och sitt erbjudande, säger Kenneth Oxenstrand Marknadschef Professional Print Canon Svenska. För att överleva idag behöver tryckerier inte bara kunna hålla ett högt tempo utan också vara flexibla i sin produktion, varpå digitaltryck har blivit en förutsättning för framgång.

Fördjupande om resultatet från undersökningen

1. Undersökningen visar att de tryckerier som redan implementerat digitaltryck är de som är bäst förberedda för både lågkonjunktur och de allt kortare produktionstiderna. De som enbart hade offsetpressar, speciellt de med den äldre generationens modeller, klarade inte av att möta de förändrade behoven. Allt

eftersom tryckarna tog initiativ för sin överlevnad ökade försäljningen av digitala maskiner för att under 2009 överstiga försäljningen av alla andra typer av pressar under 2009. Exempelvis visar undersökningen att intäkter från litografisk offsetproduktion minskade med 18,1 procent i västra Europa under 2009 (jämfört med 2008), medan intäkter från digital toner- och bläckstråleproduktion ökade med totalt 27,2 procent.

2. I undersökningen inkluderades i begreppet "digitaltryck" inte bara dokument skrivare utan även storformatskrivare med bläckstråleproduktion. Allt indikerar att de inom storformatsproduktion klarade sig väldigt bra under den ekonomiska nedgången. Hela 86 procent av respondenterna menade att skylttryck med hjälp av storformatskrivare hade hjälpt dem att överleva lågkonjunkturen. Kommersiella tryckerier som tidigare undvikit storformat för att det ansågs alltför nischat, fick nu upp ögonen för en växande marknad inom skyltning såväl som inom nya industriella marknadssegment för tryck på textilier och andra material.
3. De företag som leder marknaden i återhämtningen fokuserar på nyckelmarknader (där de kan addera mervärde) och genom att erbjuda multimedietjänster (för att differentiera sig gentemot konkurrenterna).
4. Trots den tidigare dysterheten under slutet av 2009 visar nu trycktjänstleverantörerna framtidsoptimism inför 2010 och framåt. Optimismen kan grundas på det faktum att mer än hälften av företagen som erbjuder digitalt tryck förbättrade sina intäkter och sin vinst under 2009 jämfört med under 2008.

Om Undersökningen

Undersökningen är den tredje i sitt slag, beställd av Canon och framtagen av branschgurun Professor Emeritus Frank Romano och ett team av studenter från Rochester Institute of Technology i USA. Studien ger en bild av läget inom den grafiska tryckbranschen i lågkonjunkturens efterdyningar. Resultaten av de tidigare undersökningarna av Frank Romano, *Insight report: digitala tryckets utveckling och Intertryckerier: trender och möjligheter*, publicerades i maj 2008 respektive maj 2009.

Den senaste undersökningen är den största hittills i sitt slag med 840 stycken grafiska tryckare intervjuade varav 65,5 procent är baserade i Västeuropa. Detta kan jämföras med urvalet från 2008 års studie, då 464 tryckare intervjuades. 383 av dessa tryckare

intervjuades i den senaste studien medan de resterande 81 antingen hade blivit uppköpta, slagits samman med andra eller gått i konkurs.

För pressmaterial och högupplösta bilder besök vår bildbank:

http://www.canon.se/press_centre/image_library/index.asp

För mer information, kontakta

Kenneth Oxenstrand, arknadschef Professional Print

Canon Svenska AB

Direkt: 08-744 86 35

E-post: 0739-78 86 35

Helen Iwefors Häggblom, Pressansvarig

Canon Svenska AB

Direkt: 08-744 85 30

E-post: helen.iwefors-haggblom@canon.se

Företaget Canon

Canon Svenska AB marknadsför och säljer branschledande produkter och lösningar för kontorsmiljö och grafisk bransch genom franchisingkedjan Canon Business Center och fristående leverantörer. Företaget marknadsför och säljer också produkter och lösningar inom bildhantering till konsument genom rikstäckande kedjor, distributörer och enskilda fackhandlare. Canon Svenska AB har drygt 430 anställda och omsätter ca 1800 miljoner kr/år. Det svenska huvudkontoret ligger i Stockholm, där Canon Svenska AB är en del i den världsomspännande koncernen Canon Inc med säte i Japan. Koncernen har över 140 000 anställda - varav drygt 15 000 i Europa - och omsätter cirka 300 miljarder kronor. Ca 9 % av omsättningen år 2009 investerades i forskning och utveckling. Betydande forskningsinsatser görs för att få alla företagens produkter och processer så miljöanpassade som möjligt, då koncernen prioriterar miljöfrågorna högt. Mer information om Canon finns på www.canon.se.