

# Press Release

## Canon-undersøkelse fastslår effekten av finanskrisen i printindustrien

En ny undersøkelse utført av Frank Romano på vegne av Canon viser at mange aktører i grafisk bransje ikke hadde overlevd finanskrisen uten tilgang på digitaltrykk.

Undersøkelsen viser også at de ved utgangen av 2009 var optimistiske med tanke på fremtiden. Et voksende marked innen produksjon av plakater og skilt har den siste tiden gjort at de som benytter seg av blekkbaserte storformatskrivere har fått et overtak i bransjen. Dette er tredje gang på like mange år at Professor Emeritus Frank Romano og hans team på Rochester Institute utfører en slik undersøkelse på vegne av Canon.

Oslo, 12. februar 2010 – De to tidligere rapportene tok for seg fremtiden av digitaltrykk og hustrykkeribransjen. Disse ble publisert i henholdsvis mai 2008 og mai 2009. Den nye rapporten undersøker hvordan nedgangen i økonomien har hatt en innvirkning på grafisk bransje. Undersøkelsen analyserer trender i markedet og inkluderer også innsikt og kommentarer fra de som kjenner bransjen best.

I denne tredje undersøkelsen inkluderer man den største gruppen hittil. Totalt er 840 trykkerier intervjuet – 65,5 % av disse opererer i vest-Europa. 383 av de 464 som deltok i undersøkelsen fra 2008 deltar også i årets undersøkelse.

Den siste analysen av undersøkelsen er for tiden under utarbeidelse, og det komplette resultatet publiseres i mai i år. De foreløpige funnene understreker hvor viktig implementeringen av digitaltrykk er for å overleve i nedgangstider. Det viser også at de som allerede har et godt grep om digitaltrykk nå er godt rustet til å gå fremtiden i møte.

1. I det siste kvartalet av 2008 ble mange bedrifters budsjetter kuttet, også innen innkjøp av trykksaker. Resultatet ble at man implementerte nye produksjonsmetoder som strømlinjeformet arbeidsprosessene og dermed reduserte kostnadene. De som allerede hadde implementert digitaltrykk var godt forberedt når jobbene som kom inn ble kortere. For de som kun benyttet seg av offset, og spesielt de som hadde eldre utstyr, var det ikke like lett å møte kundens forespørsler. Salg av digitaltrykkmaskiner økte i 2009. For eksempel viser undersøkelsen at omsetningen av offset-maskiner i fjor gikk ned med 18,1 % i vest-Europa (sammenlignet med

2008). Til sammenligning steg omsetning på digitaltrykk-maskiner (toner and inkjet kombinert) med 27,2 %.

2. I undersøkelsen går også blekkbaserte storformatskrivere inn under digitaltrykk. Det viser seg at de som benytter denne typen produkter gjorde det spesielt godt i den økonomiske nedgangstiden. 86 % av de spurte sier at plakatproduksjon på storformatskrivere har hjulpet dem å overleve. Trykkerier, som tidligere har unngått dette formatet og sett på det som for spesialisert, har nå oppdaget et voksende marked. Dette markedet består av både produksjon av skilt, så vel som nye segmenter innen storformatproduksjon.
3. Bedrifter som har gjort det veldig bra i nedgangstiden har fokusert på enkelte utvalgte markeder. De har deretter sett på hva de kan tilby dem av merverdi, og multimediatjenester. Dette har differensiert disse aktørene fra deres konkurrenter. På denne måten har man sikret en langsiktig fremtid for forretningsdriften.
4. De fleste i undersøkelsen er klart optimistiske angående fremtiden. Mer enn halvparten av bedriftene med digitaltrykk forbedret omsetningen og fortjenesten i 2009 i forhold til 2008.

- Med den nye undersøkelsen understreker vi vårt engasjement ovenfor grafisk bransje. Vi ønsker å knytte langsiktige og gode forhold til våre kunder slik at vi kan hjelpe dem ta informerte beslutninger om deres egen fremtid. Etter de utfordringene som bransjen har fått bryne seg på det siste året, er det veldig hyggelig å høre at de fleste der ute er positivt innstilt til fremtidsutsiktene sine. Undersøkelsen viser klart at bedrifter som omfavner digitaltrykkteknologi leverer merverdi til kundene, og nå er i en bedre posisjon enn sine konkurrenter til å høste fortjeneste i et spirende marked. Digitaltrykk har blitt et essensielt element i ethvert produksjonsmiljø. Når vi tenker på hvor kjapt denne endringen har kommet, konkluderer vi med at kunder ikke lenger kan velge om de vil implementere digitaltrykk eller ei, sier Vidar Vorpenes, markedssjef i Canon Norge. Hvis markedet holder på denne optimismen kommer Ipex 2010 til å være en travel affære. På messen får man mulighet til å undersøke og vurdere ulike måter man kan ta sin forretningsmessige drift fremover. Canons fokus er å inspirere gjestene slik at de kan ta dette steget med oss, avslutter Vorpenes.

**Canon lanserer i dag en ny kampanje som inviterer kunder til å sende inn formelle forretningsplaner som involverer digitaltrykk. Vinneren av kampanjen stikker av med en fullkonfigurert imageRUNNER ADVANCE C9070PRO.**

Bakgrunnsdata om Canon

Canon er et verdensomspennende konsern som i 2008 omsatte for ca. 225 milliarder norske kroner. Selskapet er anerkjent som ledende innovatør og leverandør av kommunikasjonsløsninger innen bilde- og dokumentbehandling for både privatpersoner og bedrifter på verdensbasis.

I Norge er Canon organisert i to selvstendige forretningsområder: Consumer Imaging (bildekommunikasjonsløsninger; foto, video, skrivere, skannere, faks og multifunksjonsprodukter, mm) og Business Solutions (print- og dokumentløsninger til kontor- og produksjonsmiljøer). Konsernet Canon Norge as hadde i 2008 en omsetning på ca. 1,5 milliarder norske kroner, og ved utgangen av året var det 332 ansatte. Mer informasjon om selskapet finnes på [www.canon.no](http://www.canon.no)