

Veredeling van elk oppervlak

i MAPO PRINT BVBA
Ann Jordens
VEPOLA
Wilfrid Gielen

Personalisatie in interieurdecoratie is hot. Dat hebben ze bij Mapo Print goed begrepen. Het Belgische bedrijf nam in december 2017 de firma Wood-U-Print over, die een unieke oplossing ontwikkelde om op industriële wijze panelen in één beweging te voorzien van een print en coating. Volledig gepersonaliseerde en hoogkwalitatieve muurbekleding is het resultaat.

In 2012 richt de familie Buggenhout, afkomstig uit de houtindustrie, het toenmalige Wood-U-Print op, met de bedoeling om bedrukte muurbekleding te ontwikkelen. Jarenlang onderzoek, waarbij het bedrijf print- en afwerkingstechnologieën combineert, resulteert in een compleet nieuwe productielijn. Eind 2017 kwam de hoogtechnologische productielijn in handen van Mapo.

Wat het procédé van Mapo Print zo bijzonder maakt, is dat beelden in één keer in verschillende lagen worden aangebracht op ondergronden zoals MDF of houtfineer, al dan niet voorzien van een handig kliksysteem. Het eindresultaat zijn bedrukte, kras- en UV bestendige panelen die naadloos en eenvoudig geplaatst kunnen worden.

Personalisatie is dé trend van het moment en vindt overal steeds meer ingang, ook voor interieur. Met deze oplossing komt Mapo Print op een industriële manier aan de vraag tegemoet.

De geprinte en gelakte panelen zijn ideaal voor toepassingen in bijvoorbeeld hotels of kantoren. Ze zijn een alternatief voor



wanden in gipskarton. Het bestickeren, behangen of schuren en schilderen van wanden wordt overbodig, heel wat overlast voor de klanten of de gasten valt weg. De beelden worden door de klant gekozen, het betreft dus een 100% gepersonaliseerde toepassing. Door onze technologie hoeft er geen minimum aantal m² per beeld afgenomen te worden en kan gewerkt worden met de kracht van personalisatie.

DEALERS

Mapo Print werkt dus volledig op maat, met beeldmateriaal van de klant. Om deze klanten aan te trekken, bouwt de firma aan een dealernetwerk.

Gezien de recente overname is de dagelijkse productiecapaciteit – de printer kan zo'n 500 m²/uur aan – momenteel nog niet helemaal ingevuld. Onze strategie is duidelijk: wij doen de afwerking on demand en focussen ons louter op de productie. Voor de verdere marktbenadering zoeken we naar de juiste verdelers per land die voldoen aan onze criteria en die voor ons de hele Europese markt benaderen: een uitgebreid logistiek apparaat, zowel grafi-

sche als materiaal-technische kennis in huis en een uitgesproken marketing en sales aanpak. Onze dealers dienen heel sterk te staan bij de juiste doelgroep, voornamelijk architecten en interieurdesigners. Om de juiste partners te vinden, zijn we in gesprek met Flanders Investment & Trade.

UITDAGING

Naast markuitbreiding blijft productinnovatie voor Mapo Print cruciaal. Momenteel gebeuren er testen op verschillende plaatmaterialen, zoals cementvezel, kunststof en aluminium. Bovendien willen we ook met outdoor oplossingen naar buiten komen en onderzoeken of we de duurzaamheid van een gepersonaliseerde geprinte/gelakte vloer kunnen verhogen door de toepassing van een sterkere UV-lak. In dit kader wordt nauw samengewerkt met VOM-lid VEPOLA om nieuwe horizonten op kunststoffen en metalen te ontdekken.

