La Prensa

www.laprensa.com.pt

Nº 11
MAIO
JUNHO
2013

Indústria e Comunicação Gráfica

PME´s **familiares**

Fibra e contrafibra

Entrevista **A tipografia está viva!**

Tintas para combate à fraude

O futuro da **Impressão**

O que devem os produtores e consumidores de **embalagem** saber?

A **tecnologia UV-LED** na impressão digital

ExpoPRINT

EXPOenvíen 2013

16 A 18 DE OUTUBRO- MADRID

A Feira que todos esperavam

ExpoPRINT
16, 17 e 18 Outubro 2013
Reserve seu espaço

Expoenvien
16, 17 e 18 Outubro 2013
Reserve seu espaço

Breves

Lüscher AG solicita falência

❑ A 22 de abril, o Conselho de Administração da Lüscher Maschinenbau AG, justificando uma situação de excesso de sobre-endividamento, solicitou a abertura do processo de falência junto das autoridades competentes.

Com sede em Gretzenbach (Suíça), a empresa conta com 59 funcionários para desenvolver e produzir máquinas de precisão para operações de pré-impressão e chapas de impressão offset e flexográfica e para a indústria de têxtil e serigrafia.

As consequências da quebra acentuada na indústria gráfica, o desaparecimento contínuo de empresas gráficas, o elevado valor do franco suíço, acrescentando ainda uma queda acentuada da entrada de encomendas, nos últimos nove meses, levaram a que se tornasse impossível manter o negócio.

No entanto, juntamente com seus parceiros estratégicos, a empresa pondera a possibilidade de manter algumas das suas atividades, bem como os postos de trabalho.

Elixir. Da folha à bobina

❑ Fazer palavras cruzadas é uma das atividades de lazer mais populares na Roménia. A editora Elixir Press publica, em edição própria, oito revistas ilustradas de palavras cruzadas, com diferentes graus de dificuldade.

Até agora, essas revistas, eram agrafadas numa Presto da Muller Martini, ou eram encadernadas sem costura numa Pantera, também da Muller Martini, sendo impressas em offset de folha. Mas, para o futuro, Vasile Tirsolea, o fundador da empresa, que abriu actividade em 1994, aposta no offset rotativo.

A Elixir Press instalou, já este ano, uma máquina rotativa de impressão offset Concepta com quatro unidades de impressão, uma máquina de corte transversal QS 74 e uma empilhadora UniStack 3000.

Tintas de combate à fraude

❑ A marcação de todo o tipo de componentes têxteis, polímeros e de papel, bem como a sua leitura, acrescenta vantagem competitiva à luta contra a falsificação de produtos comerciais de alto valor agregado.

O projecto Nanop-Seg está a desenvolver tintas à base de nanopartículas que poderão ser aplicadas em artigos tão diversos como o papel moeda, cheques, bónus, cartões de identidade, têxteis ou polímeros, entre outros.

O trabalho da AIDO centra-se na impressão eficiente das referidas nanopartículas e no desenvolvimento de um sistema de leitura ótica que identifique as suas impressões espectrais, resultando num equipamento comercial, de baixo custo.

Além da colaboração da AIDO, nesta iniciativa participam a empresa Tipolínea e a Universidade de Zaragoza (INA).

Sistrade 2013 apresenta nova versão do software de gestão

Em resposta às actuais necessidades do mercado, o Sistrade 2013 disponibiliza novas funcionalidades, com vista a potenciar os diferentes sectores das organizações. Entre as várias possibilidades, na área da gestão do imobilizado, inclui as apreciações em grupo, na área de Gestão de Recursos Humanos, a adaptação do sistema às novas regras da legislação de 2013, nomeadamente o processamento da sobretaxa de IRS e o processamento de duodécimos.

Na área de Orçamentação técnica de embalagens, a capacidade do sistema lidar com o plano invertido em relação ao sentido da fibra, e a capacidade de, após importação do ficheiro CAD ".DXF" de um dado trabalho, obter a informação correcta do número de representações desse mesmo trabalho. O Sistrade 2013 passou ainda a ter um novo componente designado por Processo Gráfico, que para além da gestão do processo gráfico, permite ao utilizador realizar o planeamento de todas as operações que pretenda associar ao processo de preparação dos trabalhos antes da impressão.

Na área da Gestão da Produção o sistema conta agora com a possibilidade de fazer a gestão e controlo de qualidade de semi-fabricados e produto acabado directamente através do interface de recolha de dados fabril. Na área de Gestão de Stocks, a nova versão inclui uma funcionalidade relacionada com o controlo de qualidade de lotes de materiais, entre muitas outras novidades. *www.sistrade.pt*

Credores da Lisgráfica aprovam plano de recuperação

Os credores da Lisgráfica aprovaram, no início de maio, em assembleia-geral, o plano de recuperação do conselho de administração da empresa, que prevê, entre outros pontos, um perdão de cerca de 50 por cento da dívida da empresa, avaliada em 80 milhões de euros.

No âmbito da redução de custos, e além de diminuir a área instalada da empresa, a Lisgráfica pretende "dimensionar a empresa para uma estrutura de 220 pessoas", o que aponta para o despedimento de cerca de 67 dos atuais 287 trabalhadores da empresa.

A Lisgráfica fechou o ano de 2012 com um volume de negócios de 24 milhões de euros, quando em 2008 a faturação total rondava os 45 milhões.

A assembleia-geral contou com a presença de 97 por cento dos credores, nomeadamente o Millennium BCP e o Banif, a Segurança Social, o IAPMEI, fornecedores de matérias-primas e serviços e os trabalhadores da gráfica. Após a aprovação do plano, o documento terá ainda que ser submetido à homologação do tribunal, para avançar em definitivo.

3ª Jornada Técnica Luso-Espanhola

"Como entrar na produção de dados variáveis" é o tema da terceira jornada técnica luso-espanhola que a revista *La Prensa* vai promover em novembro, desta vez no norte do país.

Tendo em conta que a impressão de dados variáveis é um assunto que desperta o interesse de grande número de empresários gráficos, e que se impõe no mercado de hoje, a La Prensa vai dedicar a este tema um dia inteiro de sessões técnicas, apresentadas por especialistas, onde dará a conhecer todos os passos necessários para entrar neste segmento de mercado, que revela sinais de crescimento e que ainda tem um largo potencial por explorar em Portugal.

Para mais informações visite o nosso website www.laprensa.com.pt

ISEC e OKI estabelecem parceria

O ISEC e a OKI estabeleceram recentemente uma parceria que vai permitir aos alunos do Mestrado em Tecnologias Gráficas e aos da Licenciatura em Design e Produção Gráfica do ISEC, em Lisboa, o contacto prático com equipamentos de impressão digital de topo.

Expoenvien 2ª Edição 16, 17 e 18 Outubro 2013 Reserve seu espaço

Atelier de Tipografia e Edições "O homem do saco"

Luís Henriques

A tipografia está viva. Viva a tipografia!

Um grupo de amigos, entusiastas da pequena edição criativa, uniu-se à volta de um conceito que vive e respira a arte da antiga tipografia. No atelier "O homem do saco", em Lisboa, encontram-se prelos, prensas, uma Minerva, e gavetas recheadas de tipos. Um cenário contrário à tecnologia de ponta que domina o atual mundo das artes gráficas. Aqui fervilha criatividade e paixão pela arte de imprimir, à velha maneira artesanal.

Com formação em Belas Artes, o ilustrador e tipógrafo nas horas livres, Luís Henriques, membro fundador do atelier "O homem do saco", dá a conhecer, em entrevista à La Prensa, um espaço onde a tradição ainda pulsa e resiste à voracidade comercial. Aqui imprime-se com tempo e paciência, numa inversão completa do ambiente comercial que domina a indústria gráfica dos dias de hoje.

Como surgiu a ideia de criar o "O Homem do Saco"?

A associação nasceu em novembro do ano passado, na sequência da cisão de uma anterior associação da qual também fui fundador, a Oficina do Cego. Por motivos de divergência em questões estratégicas, eu e outros membros do grupo avançámos para este projeto, ao qual se juntaram outras pessoas com interesse pela edição. No fundo somos uma espécie de tipógrafos amadores. Procuramos imprimir o melhor possível, privilegiando uma certa invenção e uma certa liberdade. A nossa ideia sempre foi unir um grupo de pessoas, ligadas à pequena edição, permitindo explorar outras possibilidades de impressão, outros materiais que não são habituais nos dias de hoje. Somos atualmente um grupo de nove pessoas, do qual fazem parte, para além de mim, Eduardo Brito, Ricardo Castro, Manuel Diogo, Luís França, Rui Miguel Ribeiro, Mariana Pinto dos Santos, Joana Gama e Joana Pombo, e demos à associação o nome de Landscapes d'Antanho, numa espécie de homenagem ao pintor Eduardo Batarda, que utilizou esta expressão numa aguarela, e à qual achámos piada.

E quais são os vossos objetivos?

Pretendemos usufruir da ideia de máxima liberdade de trabalho e de criação. Pretendemos, sobretudo, fazer as nossas próprias edições, ocasionalmente aceitando outros trabalhos. A nossa preocupação não é conquistar mercado, mas sim produzir edições, de pequena tiragem, controlando todos os passos, desde a escolha do papel, ao design e à impressão.

Atualmente disponho de mais tempo para este projeto, mas todas as pessoas deste grupo têm o seu emprego, e este é um trabalho que fazemos, paralelamente, por gosto. Queremos, por isso, aproveitar bem este tempo e, por isso, trabalhamos com grande liberdade.

Temos material tipográfico, que está à disponibilidade dos membros da associação, alguns dos quais têm pequenas editoras, nomeadamente a Pianola, a Momo, Diário de um Ladrão, Edições 100 Cabeças e a Troppo Inchiostro. No fundo, a associação acaba por responder às necessidades dos próprios membros e penso que podemos dizer, apenas por graça, que formamos um grupo editorial. Também pretendemos uma prensa de gravura e um prelo. Gostaríamos de encontrar uma Vandercook, que é um pouco mais sofisticada, faz tintagem, visto que o que temos atualmente é um prelo de tirar provas.

Entretanto, nos últimos anos, eu e outro membro fundador da associação, Manuel Diogo, com quem iniciei a aventura da tipografia, contactámos alguns tipógrafos que estavam a vender equipamentos antigos. Temos tentado encontrar material para comprar, a um preço justo, para depois o recuperar, e esta é uma vertente muito interessante da nossa atividade porque conhecemos pessoas

muito interessantes, geralmente tipógrafos que ainda têm equipamento antigo, e que querem libertar espaço. O problema é que por vezes existe alguma especulação à volta destes materiais, porque atraem outros interesses, nomeadamente em termos de colecionismo. E nós pretendemos o material para trabalhar. No entanto, ao longo do tempo temos conseguido reunir equipamento e material. Recentemente adquirimos, a uma tipografia de Santarém, dois cavaletes e uma Minerva.

mos, porque gostamos muito de o fazer, promover sessões públicas, cerca de uma vez por mês, embora sem uma regularidade de fixa, em que abrimos as portas para que as pessoas assistam ao nosso trabalho. Anunciamos as datas antecipadamente no nosso blog. Na última sessão, por exemplo, fizemos a impressão de um pequeno livro.

E porquê o nome "O homem do saco"?

O homem do saco é o nome do espaço, porque estamos localizados na Rua do Saco. Na verdade, nós brincamos um pouco com isto, porque vamos inventando nomes e marcas à medida que fazemos novos trabalhos (risos).

Que equipamento têm, atualmente?

Temos algumas prensas, recebemos há relativamente pouco tempo uma Minerva, zer este tipo de objeto, a alimentar este tipo de edição, que não é dirigida a massas. Se conseguíssemos sustentar o espaço e retirar algum excedente seria bom, mas de qualquer forma somos uma associação sem fins lucrativos, o que faz com que qualquer lucro que se obtenha reverta para a própria associação.

O que pretendemos, em termos mais imediatos, é compensar o investimento, pagar as despesas fixas com a produção e, posteriormente, conseguir um fundo que nos permita adquirir mais materiais.

O nosso objetivo passa por fazer com que a associação cresça e tenha mais capacidades de impressão, para podermos fazer outro tipo de edição, mas não temos a intenção de entrar no mercado comercial.

E se uma empresa quiser fazer uns convites especiais e recorrer ao vosso atelier?

Embora não seja o nosso objetivo, podemos fazê-lo, até porque é uma fonte de rendimento. Mas não é prioritário, a nossa prioridade passa por seguir um programa editorial próprio, trabalhando com os autores de quem gostamos. No fundo, manter a atividade o mais próxima possível daquilo que gostamos. Mas também temos encomendas…

Têm, apesar de tudo, retirado algum rendimentos dos trabalhos que desenvolvem?

As edições que vamos produzindo proporcionam algum rendimento, mas como as pessoas que estão ligadas ao projeto não têm muita disponibilidade, vamos trabalhando com alguma limitação de tempo. Produzimos, por exemplo, modelos de livros de pequeno formato, como este (segura um pequeno livro) que segue este modelo, com um poema muito curto, um aforismo, e uma ilustração.

Publicámos algumas obras com a chancela da Pulcino Elefante, a editora do tipógrafo Alberto Casiraghy, que já visitou o nosso atelier. Produzimos quatro livros com ele e, posteriormente, mais quatro, com um nome de editora que inventámos por graça, a "Edizioni Troppo Inchiostro", porque ele queixava-se que colocávamos demasiada tinta (troppo inchiostro em italiano).

ExpoPRINT 16, 17 e 18 Outubro 2013 Reserve seu espaço

Expoenvien 2ª Edição 16, 17 e 18 Outubro 2013 Reserve seu espaço

E mantivemos o registo de pequeno formato, com uma pequena mancha de texto e trabalho gráfico com ilustração. Mas continuamos a fazer com outros formatos, utilizando o nome "O homem do saco".

E já conquistaram público para este tipo de trabalho?

Sim, e penso que tem corrido bem, até porque as nossas edições são muito limitadas. Vendemos na Internet e em algumas livrarias como a Paralelo W, Sá da Costa, Letra Livre, Pó dos Livros, entre outras, e vamos estabelecendo uma rede de cumplicidade com alguns livreiros em Lisboa que gostam particularmente deste tipo de trabalhos. Mas nem sempre as nossas edições chegam às livrarias, porque são encomendadas assim que as terminamos. Há um grupo de pessoas que se interessa por este tipo de edições e o nosso trabalho é acolhido com bastante interesse, o que faz com que por vezes logo que anunciamos o lançamento de novos livros, estes sejam imediatamente vendidos.

Já têm, portanto, um grupo de clientes fiéis?

Sim, embora não seja muito grande. Mas quando fazermos uma edição de 30 exemplares, rapidamente a vendemos. O preço de cada um dos nossos livros ronda os 10 euros, o que os torna bastante acessíveis. Mantemos o perfil de pequeno formato, que nos permite trabalhar com alguma desenvoltura, sem ter que "carregar" nos preços, nem de fazer disto um fetiche. O que fazemos não é um livro de artista, ou algo que se possa colocar numa galeria, por vários milhares de euros, nem é isso que pretendemos. Queremos, sim, apostar nestes pequenos formatos que nos permitem trabalhar em tipografia mas, para além disso, desenvolver também outro tipo de trabalhos, nomeadamente em offset. Se não houver possibilidade de fazer em tipografia, recorremos a gráficas, como aconteceu com o livro "Biblioteca dos Rapazes", da Pianola, uma das editoras que está ligada à associação, que publicou um livro feito com originais feitos em colagem, que só podia ser feito em offset.

E qual a sua opinião sobre a atual situação da indústria gráfica?

Em termos das empresas gráficas, não tenho uma noção muito precisa, uma vez que se baseia naquilo que vou ouvindo das pessoas que estão ligadas ao universo da pequena edição. Há muitas gráficas que não estão a conseguir acompanhar o momento de crise e que têm que fechar. Mas isso acaba por ter um efeito que reverte em benefício das pequeníssimas editoras, porque há gráficas que, neste momento, estão a apresentar orçamentos muito mais baixos, para pequenas tiragens. De repente torna-se possível a uma pequena editora fazer tiragens de 300 exemplares, a um preço muito mais simpático, e isso acaba por ser bom para nós… embora a custo de consequências terríveis. Temos muitas gráficas a fechar, no entanto, do ponto de vista do editor, torna-se realmente possível conseguir preços mais acessíveis...

> *"A nossa ideia sempre foi unir um grupo de pessoas, ligadas à pequena edição, permitindo explorar outras possibilidades de impressão e materiais que não são habituais nos dias de hoje"*

Têm planos para adquirir equipamento offset?

Neste momento temos um problema de espaço. O local onde estamos é muito agradável, mas tem uma dimensão limitada. No entanto, não pomos essa ideia de lado, embora seja preciso que este projeto resulte. A ideia de uma máquina offset surgiria sempre no seguimento da nossa linha, dentro do mesmo espírito, e nunca para tornarmos a nossa atividade mais comercial. Uma máquina offset pode também ser uma ferramenta artística, visto que podemos desenhar diretamente na chapa, utilizar vernizes e, além disso, conjugar técnicas de impressão. Não ficaríamos tão limitados nas nossas opções. No entanto, para tal, necessitaríamos de um espaço maior e temos que dar um passo de cada vez.

Para além de tudo, têm ainda a vantagem de pertencerem a um clube muito especial?

Uma das vertentes que consideramos muito interessante nesta atividade é que conhecemos pessoas que partilham os nossos interesses, e temos estabelecido uma espécie de rede com pessoas interessadas em tipografia. Através de um membro da Oficina do Cego, Catarina Cardoso, que também é colecionadora, conhecemos um tipógrafo americano que tem desenvolvido a tipografia criativa, o Amos Kennedy Junior, que tem um atelier gigante de tipografia, com várias prensas, mas que partilha do nosso espírito, de aproveitar materiais antigos e apostar na criatividade.

Também através da Catarina Cardoso, conhecemos, entre outros, o italiano Alberto Casiraghy, de quem já falei, conhecido como o "padeiro da tipografia" e uma referência no universo das edições artísticas, que por ocasião de uma vinda a Portugal, passou pelo nosso atelier. Fizemos algumas edições em conjunto, seguindo o modelo de trabalho dele e desde a sua visita que começámos a trabalhar neste formato mais pequeno, que não era normal utilizarmos.

Mas apesar de não terem um cariz comercial, estão constantemente ocupados com trabalho...

Temos sempre coisas para fazer. Ultimamente tenho dedicado mais tempo a este projeto, embora não o consiga fazer com exclusividade.

Relativamente à formação, quais são os vosso planos, visto que há muita curiosidade em relação à tipografia?

Queremos avançar nessa área, mas não é prioritário. Por enquanto desenvolvemos a iniciativa de abrir as portas às pessoas interessadas, mas que sabem que não somos profissionais. A formação que fazemos, no fundo, passa por satisfazer a curiosidade de pessoas que, por norma, estão ligadas ao universo do design e da ilustração, que são conhecedoras das virtualidades tácteis e as qualidades da tipografia, mas que, muitas vezes, estão cansadas de trabalhar no computador e querem explorar o lado mais material.

Dentro de cinco anos, como gostaria de ver "O homem do saco"?

(risos) Com uma boa guilhotina, uma prensa Vandercook, material de serigrafia, uma máquina de offset, enfim, isto não tem limite. Gostaríamos de ter um espaço um pouco maior e dispor de mais equipamento, para poder optar pelos tipos de edição, no formato mais reduzido, ou poder trabalhar, dentro do mesmo espírito, e num exercício criativo, com possibilidade de fazer maiores tiragens. Mas o importante é que o nosso grupo funciona como coletivo, trabalha com materiais menos comuns e dá prioridade ao que realmente gosta de fazer.

A nível pessoal, como é surgiu o seu interesse pela arte da tipografia, e qual tem sido o seu percurso nesta área?

Tenho formação em Belas Artes, em pintura, e na altura em que tirei o curso, senti um especial interesse por gravura, e também pela área da impressão.

Há cerca de quatro anos, com um grupo de amigos, pensámos em editar fanzines, numa edição conjunta que reunisse ilustradores, poetas, mas sem recorrer a materiais comuns. No fundo, queríamos ter um cunho mais pessoal, escolher papéis melhores e utilizar técnicas de impressão diferentes. Por essa altura, e por coincidência, surgiu a possibilidade de fazer um workshop de tipografia, na Arco, onde existia material, nomeadamente dois prelos e tipos, que aproveitei para imprimir essa edição. Entretanto conheci o Manuel Diogo, que tem sido meu parceiro, desde então, nestas aventuras. Na altura, ele tinha material, que tinha comprado a um tipógrafo, uma prensa, tipos, e produzimos uma edição em conjunto. Acabámos por nos unir a alguns elementos do grupo com quem já tinha trabalhado, que seria o embrião da primeira associação que ajudei a fundar.

No fundo, ao longo de todo o meu percurso, o meu objetivo sempre foi explorar as capacidades inventivas da tipografia e das artes gráficas. E esta é também a filosofia do atelier "O homem do saco".

http://sacoman.tumblr.com

ExpoPRINT 16, 17 e 18 Outubro 2013 Reserve seu espaço
Expoenvien 2ª Edição 16, 17 e 18 Outubro 2013 Reserve seu espaço

Previsões para o futuro da impressão

A Duomedia, uma agência especializada em relações públicas e comunicação de marketing para a indústria das artes gráficas e dos mercados tecnológicos, realizou um estudo no quarto trimestre de 2012 sobre a indústria das artes gráficas do qual se destacam as seguintes conclusões:

1 Deverá passar de uma indústria de produção para uma indústria de serviços

Muitos dos inquiridos salientaram que as empresas gráficas deveriam adotar uma nova estratégia, passando a ser mais do que um simples fornecedor, devendo trabalhar mais de perto com os clientes e com as marcas, estabelecendo-se como fornecedores de serviços de valor acrescentado, na cadeia de fornecimento de marketing e comunicação.

2 A procura vai assentar na impressão a pedido

A tendência crescente do curto prazo, nos pedidos de trabalho, está a ser facilitada pelos avanços na tecnologia de impressão digital. A impressão de alto volume vai diminuir ao longo do tempo, à medida que se produz mais impressão a pedido.

3 Um mercado de produtos impressos com valor acrescentado

Verificam-se oportunidades de crescimento na produção de produtos ligados a novas funções e áreas, relacionadas não apenas com valor acrescentado, como também com valores emocionais, tais como fotografias.

No âmbito das revistas, impressão comercial ou embalagem, códigos QR, URLs personalizadas ou realidade aumentada, há uma variedade de formas de fazer impressão interativa, que se adequam à maioria das estratégias de comunicação digital.

4 O sector da embalagem e da rotulagem continua a crescer

Enquanto que o volume de impressão comercial se vai manter em declínio, o oposto é certo para a embalagem e impressão de etiquetas.

5 Sustentabilidade, um campo de batalha crucial

A sustentabilidade será cada vez mais importante, com as marcas a utilizar as suas credenciais verdes para adicionar uma vantagem competitiva. Entre o público, o papel continua a ser visto como o "mau da fita", apesar de a produção de papel não ser tão prejudicial para o planeta como é comum pensar. Muitas pessoas têm noção do impacto ambiental dos resíduos electrónicos e as indústrias que trabalham com papel podem usar essa situação em seu proveito.

6 Dispor de informação e "abraçar" o digital é a chave para um futuro mais brilhante da impressão

Uma das maiores necessidades dos profissionais da indústria de impressão é a de espalhar a palavra sobre os últimos desenvolvimentos em tecnologia de impressão.

Isto vai exigir uma maior colaboração entre todos os membros da cadeia de fornecimento da impressão com o objetivo de vender as vantagens da comunicação em papel, uma vez que a maioria das gráficas ainda não o sabe fazer adequadamente.

Pixartprinting no mercado ibérico

A Pixartprinting celebrou, recentemente, o segundo aniversário do seu site de comércio electrónico espanhol.

No final de 2011, foi oficialmente anunciada a abertura da *www.pixartprinting.es*, seguida, um ano depois, pela entrada no mercado português do site *www.pixartprinting.pt*, projetos que se encontravam alinhados com a estratégia de internacionalização da empresa nos países europeus comercialmente considerados mais interessantes.

Desde o ano 2000 que a Pixartprinting se dedica ao puro web to print, oferecendo um serviço criado especificamente para os profissionais do sector. O volume de vendas da empresa no mercado ibérico tem vindo a registar um crescimento constante, tendo quadruplicado nos primeiros três meses de 2013, exercendo uma incidência total de cerca de 10 por cento no volume de negócios total da empresa. A empresa tem como próxima meta atingir um volume de 55 milhões de euros no final do ano, um valor superior aos 41,5 milhões registados em 2012.

Recentemente, os proprietários cederam 75 por cento a Alcedo,um fundo de investimento italiano líder em capital, para crescimento, com o objetivo de avançar para "mais uma mudança de pele", de realidade patronal e realidade administrativa que permitam sustentar o projeto de expansão, proporcionando uma contribuição estratégica para o fortalecimento da empresa.Tudo isso com base num plano de cinco anos, cuja primeira medida é a ampliação da sede do Quarto D'Altino. Em outubro de 2012 foi inaugurada uma nova fábrica de 6.000 m², junto da anterior, de 12.000 m². Para 2014, a empresa tem prevista outra ampliação da sede, com a adição de mais 12.000 m², totalizando 30.000 m² para a produção.

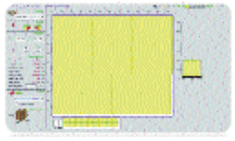
Guilhotina POLAR número 4444

A Bugl Druck iniciou recentemente a produção com a guilhotina rápida número 4.444. A guilhotina rápida POLAR N 115 PRO é um modelo programável com um ecrã táctil de 22". A Bugl Druck transfere o design da folha como arquivo jdf para a Compucut, onde se criam os programas de corte. A Compucut opera independentemente da guilhotina. Para registar os dados de produção, a empresa instalou um vibrador automático RA-4 com escala de contagem. Integrada na rede, a escala transfere o número de folhas por resma para o sistema MIS.

Grafotisak aposta em equipamentos Muller Martini

A Grafotisak, localizada em Grude, Bósnia e Herzegovina, substituiu no início do ano a sua Diamant 30 por uma linha completa de livros Diamant MC 60 da Muller Martini, estreando pouco tempo depois uma nova máquina de costura de fio vegetal Ventura MC.

Sistrade redefine estratégia para o Sudeste europeu



No âmbito da sua aposta na internacionalização, a Sistrade reforçou recentemente a sua presença no Sudeste da Europa, com a abertura de uma representação comercial em Ljubljana, Eslovénia, através da qual pretende expandir as operações para outros países da ex-Jugoslávia e mercado da região do Sudeste da Europa. A expansão da empresa nesta região teve início em 2004 com um cliente do sector das embalagens flexíveis, AMBA CO., empresa eslovena que imprime embalagens para as empresas alimentares, farmacêuticas, tabaqueiras, bem como para empresas industriais de produtos químicos.

No seguimento da estratégia definida, além da abertura da representação comercial em Ljubljana, durante o ano 2013 serão efectuadas várias missões na região, nomeadamente a participação na feira de artes gráficas, Intergrafika 2013, em Zagreb, e a visita à feira PrintCom, em Plovdiv, na Bulgária.

PME´s familiares

A sucessão do líder, uma dor de cabeça nas empresas familiares

Ángel Gallego
Sócio diretor da Kepler Consultores Estratégicos

Se as Pequenas e Médias Empresas (PME) representam mais de 99 por cento do tecido empresarial, as empresas familiares constituem uma parte substancial desse número.

Entende-se por empresa familiar aquela em que a maioria das ações pertence a uma pessoa ou a um grupo de membros de uma família, e na qual pelo menos um dos membros está envolvido na gestão, existindo um espírito estratégico que visa manter a continuidade do negócio nas gerações seguintes.

De acordo com estes critérios, pode considerar a sua empresa familiar? É muito provável que a resposta seja positiva, uma vez que cerca de 85 por cento das empresas são familiares. Em suma, o binómio PME Familiar destaca-se como um dos pilares da nossa economia, mas a sua representação política e reconhecimento social não correspondem a essa realidade.

Se a gestão de uma PME é, por si só, complicada o suficiente, quando se acrescenta a componente familiar as dificuldades multiplicam-se, de tal forma que é difícil encontrar empresas familiares que superem a terceira geração desde que foram fundadas (estima-se que não excedam 9 por cento e as que atingem a quarta geração não representam mais do que 1 por cento).

Podemos pensar que o negócio da família é frágil por natureza?

Na verdade conta com algumas peculiaridades que o tornam especialmente frágil ao longo das etapas geracionais, mas também possui pontos fortes que merecem ser destacados. O ideal é que, por um lado, se identifiquem as debilidades, para as poder prevenir e, por outro, as forças, para as saber potenciar.

No binómio Empresa Familiar tão importante é a empresa como a família, mas na maioria dos casos a última condiciona a continuidade da primeira. Na verdade, são muitos os fatores que afetam a empresa na sua relação com a família, mas há um que se destaca em relação a todos os outros: a sucessão geracional.

Sabemos que a sucessão da liderança é uma doença nas empresas familiares e que a gravidade da mesma depende de como foi anteriormente tratada. No entanto, a maioria dos líderes não dedica a este assunto a atenção que lhe é devida, e como qualquer doença acaba por ser letal em muitos casos.

Quanto tempo e recursos dedica o Empresário PME Familiar a preparar a sucessão geracional? Como integrar os cálidos sentimentos familiares com os frios, mas fundamentais, objetivos empresariais?

Esta é, certamente, uma tarefa complexa e delicada que afeta a continuidade da empresa, no entanto, em muitos casos, o Empresário PME Familiar não aborda formalmente este assunto ou simplesmente não lhe dá a prioridade necessária. Em primeiro lugar, porque estaria a antecipar a sua reforma, o que evita a todo o custo, embora o refira constantemente em público, e em segundo lugar porque isso poderia despertar muitos sentimentos adormecidos no seio da família que poderiam levar, inclusivamente, a confrontos pessoais. Por isso, muitos líderes dedicam-se apenas a gerir o dia-a-dia e deixam no tabuleiro de assuntos pendentes este assunto tão difícil.

E quão difícil é gerir a família e a empresa! Mas essa dificuldade não lhe retira a responsabilidade de lidar com a sucessão geracional. Pelo contrário, deve ser considerada uma prioridade essencial da empresa uma vez que, no fundo, está na origem da sua essência: a continuidade através da herança.

Devido à actual situação económica das PME, a prioridade passa a ser garantir a sobrevivência do negócio, a cada dia. Isso é compreensível, mas eu não concordo que esta seja a única tarefa do Empresário PME Familiar, porque não existe sobrevivência sem futuro e o futuro será o que fizermos todos os dias para ter um amanhã melhor.

Se, por definição, a Empresa Familiar deve assentar numa estratégia de continuidade familiar, podemos afirmar que uma empresa desta natureza é um bom património para herdar? A resposta depende de muitas circunstâncias, mas não terá garantias de um futuro bem sucedido, se a questão da sucessão não for enfrentada na devida altura.

É uma responsabilidade inalienável do líder deixar a herança da empresa bem estruturada. Será a melhor maneira de manter os dois valores patrimoniais mais importantes: Família e Empresa!

MMServices – a gama global de serviços da Müller Martini

MMStartup
▶ Gestão de projectos
▶ Instalação, colocação em marcha e transporte de máquinas

MMUptodate
▶ Actualizações e ampliações

MMSelect
▶ Acordo de serviços feitos à medida

MMRepair
▶ Serviços de reparação
▶ Peças sobressalentes

MMInspect
▶ Inspecções
▶ Manutenção preventiva

MMRemote
▶ Assistência telefónica e serviço de reposição de peças
▶ Servicio remoto

MMImprove
▶ Formação
▶ Acompanhamento de produção

www.mullermartini.com/pt, Telefone +351219108230

MÜLLER MARTINI

ExpoPRINT
16, 17 e 18 Outubro 2013
Reserve seu espaço

Expoenvien 2ª Edição
16, 17 e 18 Outubro 2013
Reserve seu espaço

Porque está a tecnologia UV-LED a revolucionar a impressão digital

Mike Horsten
Diretor de marketing,
Mimaki Europe B.V.

Nos últimos cinco anos tem-se assistido a uma revolução na impressão digital a jato de tinta, em grande parte devido ao desenvolvimento de lâmpadas LED de cura a frio para tintas UV, que abriram as portas a um muito mais variado leque de materiais que suportam a impressão direta.

As tintas curadas por exposição à luz ultravioleta (UV) têm sido utilizadas regularmente, desde sempre, em artes gráficas, para aplicações que vão desde a embalagens até processos industriais, e outras aplicações para as quais originalmente se empregavam processos "convencionais" como litografia, serigrafia e flexografia.

Os primeiros sistemas a jato de tinta que funcionavam com tintas de cura UV surgiram em 2001. O processo teve uma rápida aceitação no sector da rotulagem e dos expositores, uma vez que permite a aplicação de uma grande variedade de materiais, com uma cura muito rápida, reduzido o odor, e colocando menos problemas para a saúde e para o meio ambiente do que as tintas de base solvente.

Com a recente introdução de lâmpadas UV-LED, o processo está a ampliar a sua gama de aplicações, especialmente em ambientes industriais.

Porquê cura UV?

A tinta de cura por UV é atrativa para os impressores devido às suas propriedades de secagem quase instantânea, para além da sua capacidade de aderir a uma ampla gama de papel e plástico. Conta ainda com qualidades muito vantajosas do ponto de vista ambiental, especialmente devido à ausência de emissões de compostos orgânicos (VOCs).

A tinta permanece líquida (tecnicamente é um monómero) até ser exposta à luz UV, altura em que as suas moléculas se começam a entrelaçar para formar um polímero, sólido. Isso significa que a tinta permanece no estado líquido quando se encontra na cabeça de impressão, evitando desta forma o risco de entupimento, mas uma vez impresso sobre o substrato, tem a capacidade de se fixar rapidamente, sem a necessidade de revestimentos especiais ou de secagem térmica.

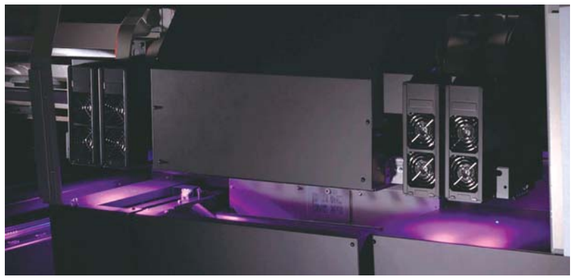
Uma vez que a tinta não contém solventes voláteis, isso evita os problemas ambientais inerentes aos compostos orgânicos voláteis (VOCs), cada vez mais sujeitos a restrições legais.

No entanto, as tintas UV requerem um tratamento cuidadoso antes da cura: o contacto com a pele ou com outras membranas pode produzir alergia nos operadores, enquanto que o odor que emitem durante a cura deve ser extraído e filtrado. O contato com o operador pode ser evitado através do uso de recipientes e cartuchos de tinta especialmente projetados para o efeito.

Após a cura, as tintas UV são insolúveis, o que torna possível imprimir múltiplas camadas para a criação de imagens com volume ou textura, ou caracteres Braille.

O problema de iodetos metálicos

Originalmente, para o processo de cura de tintas UV utilizavam-se lâmpadas de iodetos metálicos (HM). Estas lâmpadas têm a desvantagem de consumir muita energia e de irradiar muito calor, sendo ainda difíceis de ligar e desligar rapidamente, ou de alterar a intensidade da luz. Apresentam um preço elevado e um tempo reduzido de vida útil.



A Mimaki iniciou, por isso, o desenvolvimento de uma impressora a jato de tinta que utiliza díodos electroluminescentes (LEDs), que emitem luz UV para o processo de cura da tinta. Estes UV-LED são relativamente acessíveis e o tempo de vida útil é muito superior ao das lâmpadas HM. Consomem menos energia e podem ser ligadas e desligadas quase instantaneamente. Além disso, não aquecem tanto como as lâmpadas HM, permitindo assim imprimir sobre muitos materiais sensíveis ao calor, sem problemas de distorção.

Inicialmente, temia-se que os UV-LED de baixa potência não seriam adequados para a cura de tinta. No entanto, o desenvolvimento posterior de duas tecnologias-chave permitiu fabricar impressoras UV-LED comercialmente viáveis. Dessas tecnologias, a primeira foi o aparecimento de díodos electroluminescentes UV de alta potência. A segunda foi o desenvolvimento de tintas de alta sensibilidade, adaptadas para responder ao comprimento de onda dos UV-LED.

No início, a potência máxima por UV-LED era de entre apenas alguns mili-watts (mW) e umas poucas dezenas de mW. A potência atual é de dezenas de watts ou mais, em ambientes com ar condicionado, com o módulo UV-LED, em que se instalam vários chips. O comprimento de onda de absorção da tinta UV fabricada para a lâmpada HM é diferente do comprimento de onda emitido pelas unidades de UV-LED. A produção de tintas adaptadas às emissões UV-LED permitiu a cura completa da tinta, utilizando cerca de 100-300 mJ/cm^2 de energia luminosa.

Vantagens das impressoras UV-LED

Comparativamente às impressoras a jato de tinta UV tradicionais, que utilizam lâmpadas HM, as impressoras UV-LED apresentam as seguintes vantagens:

1. Baixo consumo de energia

A unidade UV-LED (Figura 1) consome cerca de 60 W de eletricidade, relativamente às lâmpadas, além de 20 W adicionais para o ventilador e circuito de controlo de saída. Assim, o consumo de energia total da unidade UV-LED é de cerca de 80 W. A emissão total de energia luminosa UV da unidade é de cerca de 10 W.

Em comparação, o consumo total da lâmpada convencional HM é de cerca de 1,2 KW / lâmpada. Comparando apenas o sistema de exposição, o consumo energético de uma lâmpada HM é cerca de 15 vezes superior ao do sistema de cura por UV-LED.

No entanto, uma vez que as unidades UV-LED se podem ligar ou desligar de forma quase instantânea, os impressores têm apenas que as acender durante o ciclo de impressão. Assim que se apague uma lâmpada HM, esta não se pode voltar a acender até que tenha arrefecido completamente, pelo que a tendência é que se deixe sempre ligada enquanto a impressora estiver em uso.

Com um índice de funcionamento de 50 por cento, uma lâmpada HM consome uma média de 30 vezes mais eletricidade do que uma lâmpada UV-LED

Na verdade, as impressoras baseadas em sistemas HM e UV-LED partilham elementos como os motores, a eletrónica de controlo e fornecimento de tinta. Por esse motivo, a real diferença no consumo de energia da impressora, no seu conjunto, seria menor. Ainda assim, uma impressora com uma lâmpada HM consome entre três a dez vezes mais eletricidade do que uma com UV-LED.

2. Miniaturização

A utilização de UV-LED como fonte de luz implica uma redução do tamanho total da impressora relativamente ao volume de um equipamento com lâmpadas HM, uma vez que apenas requer refrigeração ou ventilação, e a fonte de energia pode ser mais pequena.

3. Vida útil longa

A vida útil de uma lâmpada HM ronda, normalmente, as 1000 horas (até que atinga uma redução de 30% da luz). Se a lâmpada funcionar 8 horas por dia, terá de ser substituída em 125 dias (cerca de 6 meses, supondo 20 dias de funcionamento por mês).

O tempo de vida útil de um único chip com UV-LED é de 10,000 a 15,000 horas, dependendo da dissipação de calor. Se uma unidade UV-LED trabalhar oito horas por dia, com 10.000 horas de vida útil, dura 1.250 dias (cerca de 5 anos, calculando-se 250 dias laborais por ano). Uma vez que as unidades UV-LED são desligadas quando não se está a imprimir, a vida útil real torna-se maior. A maioria das unidades UV-LED não necessita de substituição durante toda a vida útil da impressora.

4. Intensidade de luz ajustável

No interior do tubo de descarga de uma lâmpada de HM, a corrente elétrica tem que permanecer acima de um valor fixo, para manter a descarga, o que limita o controlo da regulação da luz. Uma vez que as impressoras a jato de tinta podem variar a velocidade entre duas a quatro vezes, é aconselhável dispor de algum tipo de regulador para manter uma cura constante, independentemente do modo de impressão. Com a tecnologia UV-LED, o volume de luz pode ser controlado de forma contínua, entre o zero e a potência máxima de saída, através da variação da corrente ou pulsando os LED individuais selectivamente. Por esta razão, possibilita sempre a intensidade adequada.

5. Sem sobreaquecimento de materiais

A superfície de vidro da lâmpada HM atinge temperaturas muito elevadas. Emite não só luz UV, mas também luz visível, infravermelha e radiação, até ao ponto de poder sobreaquecer certos materiais e provocar distorção.

ExpoPRINT
16, 17 e 18 Outubro 2013
Reserve seu espaço

Com a tecnologia UV-LED aumenta apenas a temperatura do chip UV-LED, pelo que o material não é aquecido. Além disso, emite apenas luz UV, com um pico de 365-390 nm. As impressoras UV-LED podem trabalhar com numerosos materiais que seriam vulneráveis ao calor emitido pelas lâmpadas HM.

6. Sem Ozono

A tecnologia UV LED não contém luzes UV com componentes de comprimento de onda curta inferiores a 280 nm, correspondentes a UV-C, responsáveis pela produção de ozono. Consequentemente, a tecnologia UV-LED não gera ozono, pelo que não exige a instalação de qualquer tipo de ventilação especial para a sua eliminação.

Conclusão

Nos últimos anos, a produção em massa reduziu o elevado custo original das unidades UV-LED. Atualmente, a tecnologia UV-LED é não só superior às lâmpadas HM, como o seu custo também é menor. Graças às suas muitas vantagens, a utilização de sistemas UV-LED está destinada a aumentar neste sector.

Primeiro sistema Fujifilm Jet Press 720 na Europa

Localizada na Áustria, a Arian GmbH foi a primeira empresa na Europa a adquirir um sistema Jet Press 720, um dos mais recentes desenvolvimentos da Fujifilm, em impressão digital a jato de tinta de formato B2, de alimentação por folhas, que desde janeiro se encontra em produção e integrado na linha de sistemas de impressão digital e serigrafia, que esta empresa já tem instalada.

A Arian GmbH é uma empresa familiar com mais de 220 funcionários, fundada há cerca de 35 anos, especializada no desenvolvimento e produção de cartazes PLV (Ponto Lugar de Venda), displays, painéis publicitários para interior e exterior, produtos autoadesivos com códigos de barra, desenhos em 3D, entre outros. A empresa conta com equipamentos de serigrafia e de impressão digital e dedica igual atenção tanto ao tipo de acabamento como à entrega e distribuição dos seus produtos impressos. Com umas instalações de 21 mil metros quadrados, dos quais cinco mil são destinados à logística, a Arian é uma das poucas empresas europeias que dispõe de um parque com várias máquinas de cinco cores para serigrafia, que completa com uma ampla gama de sistemas de impressão digital.

A Fujifilm Jet Press 720 é um equipamento de impressão digital a jato de tinta a quatro cores, capaz de imprimir uma página formato B2 numa uma única passagem, com uma velocidade de produção até 2.700 folhas por hora. Incorpora cabeças de impressão com tecnologia SAMBA, permitindo-lhe oferecer resoluções de 1.200 dpi x 1.200 dpi, com quatro tamanhos de ponto variáveis.

Konica Minolta apresenta impressora a jato de tinta B2

A Konica Minolta apresentou, na Norte Print & Pack, que decorreu entre 14 e 16 de maio no Reino Unido, a impressora a jato de tinta KM-1 B2, adiantando que o equipamento estará em exposição na Ipex 2014. A KM-1, que foi exibida pela primeira vez no ano passado, sob forma de conceito, na Drupa, utiliza a tecnologia a jato de tinta UV da Konica Minolta, e um chassi de impressora da Komori. O modelo pode imprimir em papel grosso até 0,6 mm de espessura, em impressão simplex. A impressora de 1.650sph pode ainda imprimir em substratos mais difíceis, como notas texturizadas.

Böttcher Systems
Tudo a partir de uma única fonte
Systems ▶▶ Packaging
Systems ▶▶ Sheetfed Offset
Systems ▶▶ Flexography
Systems ▶▶ Web Offset
Rolos · Produtos de lavagem · Aditivos
Produtos auxiliares · Pós-antimaculantes
Tela de lavagem · Cautchus
Tel.: 966 898 984
joao.graca@boettcher-systems.com
www.boettcher-systems.com
GRAFORIO
MÁQUINAS GRÁFICAS, LDA.
Zona Industrial, Lote 17 • Apartado 105 - EC Rio Maior
2040-998 RIO MAIOR • Portugal
Tels. 243 996 382 / 243 996 899 • Fax 243 993 828
E-mail: graforio@mail.telepac.pt • www.graforio.com
PRINT SYSTEMS

ExpoPRINT
16, 17 e 18 Outubro 2013
Reserve seu espaço

Expoenvien
16, 17 e 18 Outubro 2013
Reserve seu espaço

Breves

Vendas líquidas da Tetra Pak aumentaram em 2012

❑ A Tetra Pak, fornecedora de soluções de tratamento e embalagem para alimentos, alcançou, em 2012, vendas líquidas no valor de 11.16 mil milhões de euros, um crescimento de 4.3 por cento comparativamente a 2011. Em relação à Tetra Pak Ibéria, a companhia faturou 611 milhões de euros em 2012, com um total de vendas de 7.716 milhões de embalagens e 5.451 milhões de litros embalados. Em Portugal, foram vendidas 1.400 milhões de embalagens. Em soluções de embalagem, a companhia atingiu vendas no valor de 9.87 mil milhões de euros, o que traduz um acréscimo de 4.2% face a 2011, tendo-se assistido a um crescimento sólido no Sul e Sudeste Asiático, em todo o continente americano, na Europa de Leste e na Ásia Central, e um crescimento de dois dígitos nas regiões do Médio Oriente e África Subsariana.
Recentemente, a empresa foi distinguida com o prémio DuPont Aniversário Prata pela Excelência na Contínua Inovação, o mais antigo e abrangente galardão atribuído pela indústria para distinguir a inovação e a colaboração ao longo da cadeia de valor.

Certificação global de sistemas Flexcel NX

❑ O novo programa de certificação Flexcel NX garante aos impressores e proprietários de marcas que as chapas Kodak Flexcel NX produzidas por fornecedores certificados se encontram em conformidade com os valores standard. Para obter a certificação e ter direito a utilizar este selo, as empresas devem demonstrar que as chapas que produzem, ou com as quais imprimem, se encontram em plena conformidade com a especificação standard da Kodak. O processo de certificação é baseado em exaustivas medições de dados e recomendações de clientes satisfeitos.

Impressão de etiquetas

❑ Sistrade incorpora Norma GS1

A norma GS1 permite o comércio transparente e eficiente de produtos, serviços e informações entre todas as partes envolvidas na cadeia de distribuição: fabricantes, distribuidores, grossistas, transportadores entre outros, resultando numa cadeia de distribuição mais rápida, mais eficiente, menos complexa e menos onerosa, permitindo que as organizações se concentrem em como usar a informação, em vez de se focarem na sua obtenção. Tendo em conta todas as vantagens da norma GS1, a SISTRADE incorporou-a no MIS | ERP Sistrade Print, com um novo módulo para apoio à logística.

Sistema de codificação e personalização

❑ O novo DIGILINE Compact da Atlantic Zeiser é um sistema de impressão e codificação de dados variáveis em caixas de cartão planas, folhas de cartão e folhas soltas, adequado para fornecedores de embalagens e recipientes, fabricantes de cartão, fornecedores de serviços de sectores como o farmacêutico, cosméticos ou bens de consumo (sobretudo alimentos), impressores de materiais de segurança e impressores comerciais de pequeno formato.

Regulamento Europeu da Madeira (EUTR) e da indústria de embalagem

O que devem os produtores e consumidores de embalagem saber?

O novo regulamento da madeira da União Europeia, EUTR, que entrou em vigor no início de março, obriga legalmente a indústria da embalagem a lutar contra a extração ilegal.

A EUTR afeta praticamente todos os produtos de madeira, importados ou produzidos no próprio país, e acarreta novas responsabilidades legais para dois grupos de negócio muito amplos, os "comerciantes" e os "operadores".

Os "comerciantes", aqueles que compram produtos de madeira que foram distribuídos no mercado europeu, deverão possuir registos que identifiquem o operador a quem o produto foi adquirido.

Por outro lado, um "operador" é qualquer organização que introduza no mercado único europeu um produto de madeira para venda. Sob a EUTR, os operadores têm a responsabilidade de demonstrar que a madeira e os seus produtos derivados introduzidos na União Europeia são provenientes de fontes legais.

Dra.Liz Wilks
Diretora europeia de sustentabilidade e relações com *stakeholders* da Asia Pulp & Paper

Além disso, desde 3 de março que os operadores têm que implementar um sistema de diligência devida, um conjunto de medidas e procedimentos destinados a minimizar eficazmente o risco, ou utilizar um sistema desenvolvido por uma organização de vigilância.

Um sistema eficaz de diligência devida deve incluir três componentes:

- Informação - O operador deve ter acesso a informação específica do produto, sobre o fornecedor, o país de origem e sobre o cumprimento com a legislação florestal aplicável.
- Procedimento de avaliação do risco - Cada operador tem a obrigação de estabelecer um sistema que confirme a informação sobre o produto e os critérios de risco. Um critério de alto risco poderá incluir largas e complicadas cadeias de fornecimento, enquanto que um critério de baixo risco assenta na existência de uma certificação de terceiros ou uma verificação fidedigna da legalidade da madeira.
- Procedimentos de mitigação de risco - Se o processo de avaliação anterior indica que existe algum risco de que o produto contenha madeira ilegal, o risco deve ser atenuado mediante a obtenção de informação adicional ou mudança de fornecedor.

Reduzindo o impacto dos sistemas de diligência devida

Estabelecer um sistema de inteligência devida não é opcional, mas os operadores podem reduzir os seus custos mediante a obtenção de produtos que possam ser considerados de baixo risco, baseando-se na informação apresentada pelos mesmos. Isto demonstra que a mitigação adicional do risco não é necessária.

Que informação devem procurar os operadores?

Para determinados produtos, como a madeira norte-americana, conhecer o país e a descrição do produto seria suficiente para demonstrar o baixo risco, uma vez que a América do Norte não regista problemas com madeira ilegal. No entanto, para a embalagem e outros produtos compostos, este tipo de informação não é suficiente.

A certificação irá desempenhar um papel fundamental perante a "falta de informação" existente neste tipo de produtos. Os operadores podem recorrer a terceiros, que sejam independentes, como o FSC (Forest Stewardship Council), ou o PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification). Vários grupos de embalagem estão a optar por esta via. Estes sistemas proporcionam significativos níveis de garantia de que o produto é de baixo risco. No entanto, os operadores terão que demonstrar que o produto de origem conta com certificação. Em alternativa, os operadores podem procurar a certificação nacional que demonstre que a certificação do produto de madeira foi obtida de acordo com as leis do país de origem. Por exemplo, a Indonésia desenvolveu a certificação SVLK, sendo esta que os operadores que trabalham com este país terão que procurar.

Ao fechar as portas da maior economia mundial do mundo para a madeira ilegal, a EUTR reduz o problema da utilização indevida deste produto. E este é um problema que não se deve subestimar. Segundo um relatório recente, elaborado pela INTERPOL e pela UNEP, estima-se que a utilização ilegal desta matéria-prima corresponde entre 15 a 30 por cento do comércio mundial de madeira.

O que acontece então com os operadores? Os operadores eficientes irão minimizar o impacto da EUTR, trabalhando com fornecedores que demonstrem facilmente o cumprimento da legislação do país de origem.

3ª Jornada Técnica Luso-Espanhola

Sexta-feira, dia 22 de Novembro de 2013

Porto

Como entrar na produção de dados variáveis

-O mundo digital-

- As conferências vão analisar a actual situação do sector gráfico e apresentar as mais recentes tecnologias criadas para tornar a empresa gráfica mais rentável.
- As jornadas são dirigidas a empresários e profissionais gráficos portugueses e espanhóis.
- Oportunidade única para expandir a networking profissional
- Haverá tradução simultânea em português e espanhol.
- A 3ª Jornada Técnica tem início às 10h e termina às 18h.
- O preço da participação é de 60 € e inclui todas as conferências, almoço e coffee break.
- Registo: enviar email para laprensa@laprensa.com.pt

ou através do site www.laprensa.com.pt

Organización / Organização

SHARED RISK · La Prensa

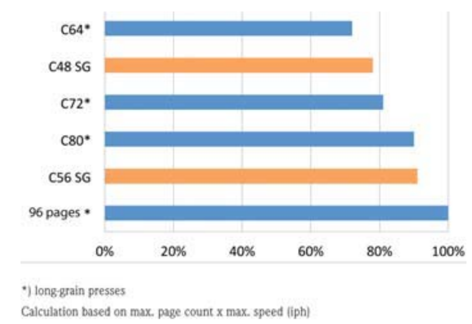
Colaboran / Colaboram

SisTrade Software Consulting, S.A. · MÜLLER MARTINI · brigal

ExpoPRINT
16, 17 e 18 Outubro 2013
Reserve seu espaço

Expoenvien 2ª Edição
16, 17 e 18 Outubro 2013
Reserve seu espaço

Fibra e contrafibra



Hoje em dia, verifica-se a existência de mais do que uma tendência na área de offset de bobina comercial. Por um lado, tenta-se atingir a máxima produção possível, relativa a página por revolução do cilindro, sendo que o denominado alto volume pode atingir as 96 páginas.

Por outro lado, verifica-se a intenção de obter a maior qualidade possível, flexibilidade de produção e eficiência económica, com tempos curtos de preparação para as pequenas tiragens, até 10 mil cópias.

A máquina de 16 páginas KBA C16 adapta-se à segunda tendência. Trabalha com as páginas de fibra, dispostas em chapas, na direção do deslocamento da banda. As máquinas a contrafibra de dupla circunferência, com páginas dispostas em ângulo recto ao deslocamento da banda, são menos comuns e não tão conhecidas.

A contrafibra aumenta a produtividade

A potência máxima está limitada pela velocidade de banda máxima possível. As unidades individuais, como o porta-bobinas, ou os equipamentos de dobra, nas rotativas poderiam atingir maiores velocidades de banda se as características físicas do substrato utilizado assim o permitirem, em termos de estabilidade, estiramento ou contração.

As rotativas a contrafibra podem produzir cerca de 30 por cento mais de impressão por hora em comparação com as fibras que funcionam em igual velocidade de produção, devido às pequenas circunferências do cilindo. Por exemplo, ao comparar uma de 96 páginas a fibra e uma de 56 páginas a contrafibra, a de 96 páginas tem 40 por cento mais capacidade de páginas no cilindro.

No entanto, dada a maior velocidade do cilindro da contrafibra, a produção por hora de uma impressora de 96 páginas é apenas 10 por cento maior. O tamanho do formato, portanto, não determina a produtividade de uma rotativa comercial, um facto que é muitas vezes esquecido.

Quando se imprime em A4 ou em produtos de tamanho semelhante em rotativa, a fibra deve ter uma terceira dobra, o que não acontece com a contrafibra.

Goss Internacional promove mudanças na empresa

A empresa reorganizou-se em termos de serviços regionais e centros de apoio, unificando as operações na Europa e apostando na expansão em mercados vizinhos.

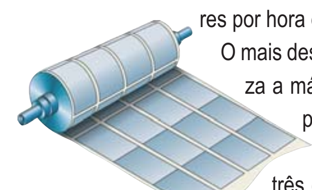
Rick Nichols, presidente e diretor executivo da Goss International, anunciou a mudança do negócio da Goss e a reorganização da empresa, sublinhando que a empresa se irá focar não só nos atuais clientes, como também no crescimento da sua quota de mercado, apostando ainda na expansão em novos mercados vizinhos onde apresenta uma vantagem tecnológica competitiva.

A empresa vai, desta forma, ser organizada em termos de áreas regionais, serviços e centros de apoio dirigidos aos clientes. Como parte da mudança da estrutura organizativa, a Goss vai ainda alinhar as suas operações existentes na Europa com a nova estrutura, com vista a unificar toda a organização, em termos de organização de vendas e serviços. A Goss International França entrou em processo e insolvência, através de um processo de reorganização judicial. A Goss International Corporation e as suas filiais fora de França não serão, no entanto, afetadas por este procedimento e continuam a operar normalmente.

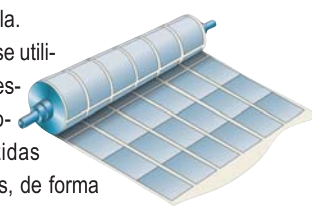
A empresa pretende ainda diversificar a sua carteira de produtos para aumentar as receitas dos mercados onde a tecnologia da empresa e o seu conhecimento técnico lhe conferem uma vantagem competitiva. A Goss tem feito significativas incursões no mercado da embalagem e pretende crescer nesta área.

Tripla circunferência da manroland web sysytems

Seis páginas de jornal de tamanho broadsheet, ou standard, em largura de banda, e três na cirunferência do cilindro. Tudo isto a 40.000 revoluções de cilindro por hora, o que representa 1,44 milhões de páginas de jornais por banda ou até 120 mil exemplares por hora em produção dupla.



O mais destacado: quando se utiliza a máquina de dobra especial PFN 35 podem ser produzidas três edições diferentes, de forma simultânea.



Embalagem e rótulos, produtos gráficos com maior perspetiva de crescimento na Europa

Os volumes de impressão de papel vão continuar a cair nos próximos anos. Na Europa prevê-se uma queda de 23,5 por cento para o período de 2012 a 2017, sendo quase certo, segundo as estimativas, que os valores não voltam a recuperar os níveis obtidos no passado. Perspetiva-se apenas o crescimento dos mercados emergentes, nomeadamente chinês, indiano e latino-americano. No entanto, na Europa, há dois produtos gráficos que registam crescimento e que o continuarão a fazer no futuro: a embalagem e as etiquetas, segundo preveem os estudos de mercado que a consultora Smithers Pira, especializada na indústria gráfica, apresentou no congresso Image & Print do Salão Graphispag Digital (Feira de Barcelona) e cuja primeira sessão analisou as tendências futuras e os desafios que a indústria enfrentará nos próximos anos.

Entre 2011 e 2016, a Europa poderá assistir ao desaparecimento de cerca de 15 por cento dos jornais em papel, no pior dos cenários, segundo o responsável de investigação dos mercados da Smithers Pira, Nick Waite.

A queda de publicidade poderá atingir os 50 por cento e a falta de leitores jovens também continuará a afetar as revistas, o que irá reduzir as tiragens (em menos 11,7 por cento) e o número de páginas, aumentando também a segmentação.

A impressão de livros, por sua vez, manterá a tendência de queda, podendo vir a reduzir as tiragens até 28 a 37 por cento. Os catálogos comerciais, segundo a Pira, também poderão cair até 21 por cento. "Na Europa não há boas perspetivas fora das áreas da embalagem e dos rótulos, que, por sua vez crescerão cerca de 22 por cento", referiu Waite. "Nos mercados emergentes, no entanto, como o chinês, o indiano e o americano, existem grandes oportunidades".

A impressão digital cresce de forma exponencial

Paralelamente à queda dos volumes de impressão, as previsões anunciam um crescimento contínuo da tecnologia digital. No segmento de jato de tinta, por exemplo, os estudos da Smithers Pira preveem um crescimento de 93 por cento, em volume impresso (2012-2017) na Europa.

A Canon, por sua vez, também se encontra otimista e considera que a impressão digital com qualidade profissional desempenha, e irá continuar a desempenhar, um papel fundamental na comunicação de marketing, segundo afirmou o seu responsável de impressão profissional na Europa, David Preskett, no congresso Image & Print. "O valor acrescentado vai incidir na relevância, com produtos personalizados, e a integração do produto impresso com outros meios como a web", afirmou, apresentando as conclusões de um estudo recente da Canon, segundo o qual 87 por cento das empresas utilizadoras de serviços de impressão acreditam na importância da comunicação impressa. No entanto, apenas uma em cada dez mede o retorno do investimento da impressão no seu negócio. O estudo demonstra ainda que cerca de 88 por cento dos clientes se encontram satisfeitos com o seu fornecedor de impressão, mas que cerca de 47 por cento acredita que não é informado das possíveis inovações tecnológicas e das suas vantagens (curtas tiragens, maior rapidez, personalização). Um terço dos entrevistados, por exemplo, não conhecia a impressão a pedido. O estudo da Canon, baseado numa amostra de mais de 400 empresas, conclui ainda que a impressão para fins de marketing e promocionais é a que regista uma maior procura e potencial. Os produtos impressos estão presentes em 9 de cada 10 campanhas multicanal e representam cerca de 48 por cento do seu orçamento.

Perante estes dados, David Preskett recomendou às empresas fornecedoras que "demonstrem o ROI da comunicação impressa personalizada e das campanhas cross-media". Mostrou-se ainda partidário de que o sector da impressão seja um conselheiro eficaz na planificação das ações de marketing. "Conversem com os vossos clientes sobre os seus planos, os seus objetivos de marketing e as vantagens e possibilidades da impressão digital", sublinhou. O responsável da Canon defendeu ainda a criação de investimentos a longo prazo, assegurando que "existem grandes oportunidades no sector à espera de ser encontradas".

A agenda dos seus clientes

Directório de La Prensa de la Industria y la Comunicación Gráfica

A melhor agenda gráfica
Não fique de fora!

Marque presença nesta secção:
La Prensa de la Industria y la Comunicación Gráfica
Tlf.: (+34) 91 309 65 20. Fax: (+34) 91 309 65 21.
laprensa@laprensa.com.pt
www.laprensa.com.pt

FORNECEDORES

Companhia	Web site
ANASISCOR.	www.anasiscor.pt
ANTALIS PORTUGAL	www.antalis.pt
AUTO GRAFICA	www.auto-grafica.pt
AZEVEDO & ALBUQUERQUE	www.azevedoealbuquerque.com
CANON PORTUGAL	www.canon.pt
CARLOS GOMES	www.carlosrgomes.com
ELOI FERREIRA	www.eloiferreira.pt
EMETRÊS	www.emetres.pt
FAMAG	www.famag.pt
FEDRIGONI Portugal	www.fedrigoni.es
FORMATO LP	www.lpereira.pt
FUJIFILM Portugal	www.fujifilm.pt
GRAFODINÂMICA	www-grafodinamia.pt
GRAFOPEL	www.grafopel.pt
IBEROPRENSA	www.iberoprensa.net
IMPRESSIVE WORLD	www.impressive-world.pt
INDUQUÍMICA	www.induquimica.pt
ISOGRAPH	**www.isographsl.com**
KONICA MINOLTA	www.konicaminolta.pt
KYOPRINT	www.kyoprint.pt
LACOR	www.lacor.com
LUSOROL	www.lusorol.pt
MAGCOP	www.magcop-porto.pt
MANROLAND IBERICA S.	www.manroland.pt
MARTIN WESTLAND	**www.martinwestland.com**
NUNO PEREIRA	www.npconsumiveis.webs.com
OKI SYSTEMS IBERICA	www.oki.pt
PAPEL DO PRADO	www.papeldoprado.com
PORTUCEL SOPORCEL	www.portucelsoporcel.com
RHPRO	www.rhpro.pt
RICOH PORTUGAL	www.ricoh.pt
TORRASPAPEL	www.torraspapel.com
XEROX PORTUGAL	www.xerox.com

La Prensa de la Industria y la Comunicación Gráfica
laprensa@laprensa.com.pt
www.laprensa.com.pt

IsoGraph, S.L. Import. Export.
ISOGRAPH, S.L.
IMPORT - EXPORT
Tlef: (34) 937 350 341
Telemóvel: (34) 687 990 280
Fax: (34) 937 374 171
Plaza de la Cultura nº 1 Local 12
08225 Terrassa - Barcelona
e-mail: leandro@isographsl.com
web: www.isographsl.com
COMPRA e VENDA
MÁQUINAS GRÁFICAS USADAS
Adast, Solna, Hamada, Heidelberg, Roland, Polar…
SERIEDADE
PAGAMENTO À VISTA
FALAMOS PORTUGUÊS
LIGUE GRÁTIS PELO SKYPE
isograph_leandro
EXPERTOS EM IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO

WESTLAND martinwestland.com
TEMOS O CONHECIMENTO
APRESENTAMOS A SOLUÇÃO
Qualidades Westland para todos os sistemas de impressão.
A nossa equipa oferece aconselhamento técnico para alcançar a melhor solução para o seu negócio.
Ampla gama de consumíveis:
Dyna
Finito
PRINTEC
EUKALIN
LOGOTEC
POLICROM SCREENS

www.martinwestland.com
Telefone: 916 478 524
jorge@martinwestland.com

Sinal
Natureza e segurança na indústria de impressão
- SINAL ® aditivo para água molha na impressão offset sem o uso de álcool isopropílico.
- Intec Fabrications, Inc., lançou um novo produto, SINAL ®, que substitui o álcool isopropílico em aditivos completa e convencional, com um qualidade - preço muito satisfatório. A dose recomendada é de 4 a 5%.
- SINAL ®, permite uma impressão estável e uniforme dos primeiros exemplares de um poder reduzido, respeitando a tonalidade da obra em toda a execução e melhorar a secagem da tinta.
- SINAL ® é aprovado pelo FOGRA desde 2006.
intec FABRICACIONES, S. A.
INTEC FABRICACIONES, S.A.- c/ Duero, 66- Pol. Industrial.
C.P. 28840.Mejorada del Campo. Madrid (Espanha).
Tlf. +34 91 679 1271 / +34 91 668 2131. Fax +34 91 679 2821
Web: www.intecfabricaciones.com. Mail: intec@intecfabricaciones.com

ExpoPRINT 16, 17 e 18 Outubro 2013 Reserve seu espaço
Expoenvien 2ª Edição 16, 17 e 18 Outubro 2013 Reserve seu espaço

Breves

Metsä Board aumenta os preços do kraftliner branco

A Metsä Board aumentou o preço a todas as qualidades da gama de kraftliner branco revestido Kemiart, em 50 euros/t na Europa, Médio Oriente e África. Segundo referiu a empresa, esta medida pretende neutralizar o efeito dos contínuos aumentos nos custos de produção.

Mondi promove Evento Verde

Entre os 96 participantes que aderiram ao Evento Verde da Mondi, em Viena, encontraram-se representantes da WWF, FSC Alemanha, PEFC Internacional e da Climate Partner da Áustria
O evento dedicou-se a temas como o futuro dos produtos florestais e do meio ambiente, a necessidade de certificação florestal, o novo regulamento de Madeira da UE e as alterações climáticas, bem como adotar uma postura de "ser verde" como uma boa prática negócio.

Papel magnético: MagneCote

A Antalis acrescentou o MagneCote à sua gama de especialidades para Impressão Digital. MagneCote imprime como papel, mas atua como um íman, sendo composto por uma mistura de papel revestido, de qualidade (20%) e uma camada magnética (80%). Adequado para técnicas de impressão offset e digital, o MagneCote permite alcançar novas aplicações e segmentos de mercado. O produto conta ainda com certificação FSC, é reciclável e biodegradável, garantindo o mínimo impacto ambiental.
Não necessita de tintas especiais ou de equipamento adicional, oferecendo excelentes resultados e desempenho em máquina. Pode ainda ser perfurado, estampado, gravado, permite baixo-relevo e oferece grande flexibilidade e potencial criativo.
Sendo um produto adequado a todas as tecnologias de impressão digital (toner seco e HP Indigo) pode ainda integrar informação personalizada a partir de informações de dados variáveis.

Metsä Board atualiza caixas dobráveis

A Metsä Board promoveu significativas melhorias na qualidade do folding Avanta Prima, Simcote e Carta Elega, no seguimento dos desenvolvimentos técnicos já realizados nas suas fábricas durante o programa de investimentos 2011-2012. A aposta nesta otimização visa melhorar a idoneidade de cada tipo de produto, tendo em conta a utilização final, nomeadamente alimentação, cosmética, produtos farmacêuticos ou embalagens de luxo e aplicações gráficas.

O volume do Avanta Prima foi melhorado, permitindo que se estabeleça um peso mais ligeiro, mantendo a mesma espessura e rigidez. Como resultado, o Metsä Board aligeirou as gra-

magens desta gama. O Avanta Prima foi desenvolvido para responder aos requisitos do mercado farmacêutico, e a sua superfície foi otimizada para permitir a codificação em matriz de dados 2D. O tom também foi melhorado com vista a melhorar a brancura visual.

Philip Stroomberg recebe prémio A'Design

O designer Philip Stroomberg foi galardoado com o Prémio A'Design pelo seu inovador e interativo design do Calendário Cube, que conta com vários blocos de cartão perfurados, criados a partir de folhas da Sappi Algro Design, em seis filas, unidas por dois parafusos. O Cube Calendar vem numa caixa especialmente concebida, também produzida com Algro de Design, que se dobra à volta do cubo, sem cola ou outro adesivo. Quando se levanta a tampa, a caixa abre, como um origami, deixando cair o calendário.

Papel táctil: Curious Matter

A Antalis lançou recentemente o Curious Matter, uma nova gama da Curious Collection, fabricada pela Arjowiggins Creative Papers. Os papéis da Curious Matter oferecem "uma experiência de toque como nenhum outro", garante a empresa. A sua textura, o acabamento mate, ultrapigmentado e a superfície homegénea são tão surpreendentes e revolucionários como o material de que é feito... fécula de batata.

O novo papel vem integrar a multissensorial Curious Collection e resulta de oito anos de pesquisa no laboratório criativo da Arjowiggins Creative Papel.

Smurfit Kappa promove jornada sobre Inovação e Sustentabilidade

A Smurfit Kappa promoveu a II Jornada sobre Inovação e Sustentabilidade, desenvolvida sob o lema "Think outside the Box " (pense fora da caixa), sugerindo a necessidade das empresas se reiventarem e adotarem novas estratégias no atual mercado. Estas sessões, que se posicionam como um fórum de referência na área do design de embalagem inovadora e sustentável, reuniram mais de 250 participantes, na maioria clientes de Portugal e Espanha.

O evento contou com as intervenções de César Valencoso Gilabert, Consumer Insight Consulting Director da Kantar Worldpanel, que apresentou as últimas tendências de consumo. Arco Berkenbosch, vice-presidente de Marketing e I+D da Smurfit Kappa Europa, e Jesus Rivas, diretor de design e inovação da divisão de Cartão de Espanha e Portugal, intervieram em conjunto, com abordagens globais e locais, sublinhando que os instrumentos de inovação são um elemento-chave do Grupo. Maria Tena, da AECOC, falou sobre "Como oferecer a melhor embalagem ao cliente" e Francisco Góngora, presidente da Hortyfruta, abordou as últimas tendências em embalagens em horticultura.

Fedrigoni Paper Selector

A Fedrigoni conta com uma aplicação para iPad ou iPhone, que apresenta seis modos de pesquisa de papel: por tipo de papel, por cor, por características específicas, por aplicação e amostras e ainda por pesquisa livre.

Papel Sappi aprovado pela Kodak

O Jaz Book, criado para aplicações de impressão em livros a cores, e o Jaz Silk, criado especificamente para correio direto e impressão comercial, ambos da Sappi Fine Paper Europe, são as mais recentes adições ao Programa de Avaliação do papel Kodak.

Os testes revelaram que ambos os papéis, criados para impressão digital a jato de tinta de alta velocidade, em bobina, oferecem qualidade de imagem nos equipamentos Kodak ProsperR.

A classificação de Quatro Diamantes atribuída a cada um dos papéis é fruto dos resultados consistentes e de alta qualidade.

Concurso de Máscaras '2ND Skin' da Coleção Curious anuncia vencedores

Um painel de jornalistas e artistas selecionou os vencedores do concurso de máscaras "2ND Skin", da Curious Collection. Com a participação de 440 criativos, metade dos quais profissionais e metade estudantes, oriundos de 30 países, dos cinco continentes, o concurso contou com vencedores de 11 nacionalidades diferentes.

1º Prémio: Olivia Frémineau (França). *3º Prémio:Vaseenon Yanin (Tailândia)*

O recorde nacional de participação na confeção das máscaras pertenceu à Bélgica, com a criação de 100 máscaras, seguida pela Tailândia, com 85 participantes e México, com 80. A França e a Lituânia contaram com os vencedores dos principais prémios, quatro de cada país. Olivia Frémineau, uma artista francesa que trabalha em diversos suportes, obteve o primeiro prémio, escolhendo como recompensa a máscara criada pelo artista japonês Kako Ueda.

2º Prémio: Rhoslyn Butler (Reino Unido).

Fedrigoni lança nova edição da ArtLab

A Fedrigoni lançou recentemente o novo número da revista ArtLab, totalmente dedicado às texturas.

A utilização de diversos materiais, em cada número, torna esta publicação numa amostra das possibilidades conceptuais e técnicas que existem na indústria editorial e na impressão gráfica em geral. A capa e o interior da revista propõe ao leitor uma comunicação tátil: os dois tipos de papel que compõem o conjunto da publicação apresentam diferentes acabamentos, um gofrado, Savile Row Tweed de 160 g, e outro marcado a feltro, Stucco Tintoretto Gesso de 120 g. Esta "decoração tátil" pretende manter a riqueza sensorial que as técnicas e os materiais impressos proporcionam, cada vez mais procurados para a produção de artigos de luxo, nomeadamente para embalagem e comunicação corporativa.

La Prensa de la Industria y la Comunicación Gráfica

Editora
ALBORUM, S.L.
Dr. Esquerdo, 105. 28007 Madrid.
Telf.: +34 91 309 65 20. Fax : +34 91 309 65 21.

Diretor
ENRIQUE NIETO DE LAS CUEVAS

Redação
SÓNIA PINHEIRO / LA PRENSA ESPANHA

Publicidade
FRANCISCO GONZALEZ ECHEVERRIA
Dr. Esquerdo, 105 • 28007 Madrid.
Telf.: +34 91 309 65 20. Fax: +34 91 309 65 21.
E-mail: laprensa@laprensa.com.pt
www.laprensa.com.pt

Depósito Legal
M-25550-2012
"Os textos desta revista respeitam o novo Acordo Ortográfico"

• ***La Prensa*** da Indústria e Comunicação Gráfica não é responsável pelas opiniões dos seus colaboradores, sendo estes responsáveis pelas mesmas.
• O conteúdo desta publicação não pode ser reproduzido sem a autorização por escrito do editor.

Miembro de la Asociación europea de revistas de la Industria Gráfica EUROGRAPHIC PRESS

O evento que todos aguardavam!

16, 17 e 18 de Outubro de 2013.
Pavilhão 2 da Feira de Madrid

EXPOenvíen
2ª Edição

Mailing, Billing, TransPromo, Manipulados, Acabamentos,Marketing Directo,
Gestão de Documentos e Impressão

ExpoPRINT

Salão de tecnologias de gestão e impressão do documento e seus equipamentos periféricos

A ÚNICA FEIRA DO MUNDO QUE OFERECE:

- Impressão digital e impressão de dados variáveis
- Impressão transpromocional
- Gestão documental
- Mailing e Marketing Directo
- Manipulados e Acabamentos

E AINDA QUATRO CONFERÊNCIAS

Não falte, estão à sua espera! INFORMAÇÕES E RESERVA DE ESPAÇO

Tlf.: +34 91 309 65 20 - Fax + 34 91 309 65 21 - expoenvien@alborum.es - expoprint@alborum.es
www.expoenvien.com - www.expoprint.es