



Edição

Brasil

La Prensa

www.alborum.com

Nº 20
JULHO
2018

Indústria Gráfica, Marketing e Gestão Documental



EXPO GRAFKA

FEIRA INTERNACIONAL PARA A INDUSTRIA GRAFICA

6 a 8
SETEMBRO
2018

EXPOGRAFKA
II REGIONAL MENDOZA 2018
CENTRO DE EXPOSICIONES EMILIO CMT
Mendoza - Argentina

ÚLTIMOS LUGARES
NÃO FIQUE DE FORA



PRE-ACREDITE
GRATUITAMENTE
www.expografka.com

Onde os gráficos e empresas encontram seu fornecedor

DIGITAL PRINT

GRAN FORMATO

ETIQUETAS

TEXTIL / SUBLIMACIÓN

PACKAGING

MERCHANDISING

DESARROLLO IT

SERVICIOS DE GRAFICAS

DISEÑO Y MARKETING

OFFSET



Empresas. Produtos

- 4** AlphaGraphics Bela Vista anuncia investimento para flexibilizar a produção em baixas tiragens
- 5** Impressões no Brasil
- 6** Em 2018 Kodak amplia o programa de alfabetização mundial
- 8** Provável escassez de fotoiniciadores nas tintas de imprimir
- 9** EFI transfere o Centro de Jato de Tinta dos EUA para a nova fábrica
- 10** Embalagem é tema central da segunda edição do Congresso Internacional de Tecnologia Gráfica

Packaging

- 12** Editor para embalagens facilita a automatização de todo o processo de pré-impressão
- 14** Gráfica Rex amplia participação no setor de embalagens

PRINT-Documental

- 15-16** O futuro da impressão. Uma análise da mudança para a impressão digital

Nº 20. Julho 2018



Rotativas

- 18** "Print Innovation Awards", da Wordl Printers Forum

Marketing

- 20** Como criar uma campanha de comunicação multicanal um a um para qualquer etapa do ciclo de vida do cliente?
- 21** Talento e formação, a combinação perfeita para usar e empregar a Inteligência Artificial

Papel

- 22** Sacola de papel, preferida pelo baixo custo ao meio ambiente

Grande formato

- 24** Chegou a sublimação para exteriores
- 25-26** Print Census 2018 dá a respostas estratégicas a uma crescente demanda
- 28** A impressão alça vôo na Fespa Global Print Expo 2018
- 29-30** A importância de se escolher bem a tinta

Feiras

- 31-37** 5.º relatório drupa Global Trends Síntese de 2018
- 38** Crescimento da impressão têxtil

AlphaGraphics Bela Vista anuncia investimento para flexibilizar a produção em baixas tiragens

Oferecer respostas ágeis, de qualidade e rentáveis sempre esteve no foco da AlphaGraphics Bela Vista, pioneira entre as lojas do novo modelo de franquias AlphaGraphics no Brasil e que acumula 17 anos de experiência de mercado. Foi assim que, de uma primeira loja na Alameda Santos, expandiu sua estrutura para a Nove de Julho e, há oito anos, inaugurou o novo prédio na Bela Vista. A inovação de infraestrutura foi acompanhada pela busca por diversificação tecnológica, visando atender, com máxima eficiência, todos os mercados para os quais a empresa presta serviços atualmente: editorial, promocional, impressão offset, comunicação visual, entre outros.



"Sempre procuramos os parceiros tecnológicos que, no momento, poderiam nos atender melhor. E há dois anos começamos a investir em Konica Minolta", disse Paulo Hideo Kikuchi, sócio-proprietário da AlphaGraphics Bela Vista.

Após investir em dois mo-

delos Konica Minolta (bizhub PRESS 1250P e bizhub PRESS C1100), agora, a AlphaGraphics Bela Vista anunciou a chegada de um novo modelo: a impressora de alta produtividade de nova geração AccurioPRESS C6100.

"Foram fatores decisivos

para a aquisição da AccurioPRESS C6100. Ela oferece possibilidade de imprimir em papéis de até 400g/m², o que abre um leque novo de aplicações, como produção de folders e capas", acrescentou Ricardo Assunção, terceiro sócio-proprietário da AlphaGraphics Bela Vista.

Konica Minolta, líder de mercado em Laser Production Print no Brasil

Os dados, divulgados no estudo IDC Brazil Production HCP Tracker, do IDC Brasil, apontam a Konica Minolta com participação de 39% no total de equipamentos comercializados no primeiro trimestre de 2018, seguindo os excelentes resultados de 35% em 2017, e 36% em 2016.

Quando o foco são equipamentos de produção coloridos, os números mostram uma liderança ainda mais consolidada em Q1 2018 (primeiro quarto de 2018), com 56% de participação de mercado (no mesmo período em 2017, o percentual era de 45% e, em 2016, 48%).

Entre os produtos comercializados no Brasil, a empresa destaca a AccurioPRESS C6100 como a principal referência em equipamentos de produção coloridos. Com velocidade de 100 páginas/minuto e resolução de 1200x1200 dpi, o equipamento oferece confiabilidade, produtividade e qualidade de impressão de modo estável, e expande as opções de gramaturas para até 400 g/m² abrindo espaço para aplicações de impressão em mídias mais espessas usadas pelos segmentos de embalagem flexíveis e cartonados.

Koenig & Bauer e hubergroup cooperarão em tintas offset planas convencionais

A Koenig & Bauer recomenda o uso das tintas offset convencionais hubergroup em suas impressoras Rapida de alto desempenho. Ambas as empresas concordaram em uma parceria estratégica, cujo objetivo é oferecer aos usuários um pacote de qualidade aliado ao melhor serviço completo. As tintas com o selo de qualidade "Recomendado pela Koenig & Bauer" estão disponíveis na rede de vendas hubergroup.

Usuários Rapida utilizando tintas hubergroup se beneficiam da experiência da Koenig & Bauer com essas tintas. Os parceiros seguirão trabalhando constantemente na verificação e otimização desse pacote para atender às demandas crescentes do mercado, resultando em impressões consistentes, de alta qualidade e repetibilidade. A padronização de processo elevado a um novo patamar de qualidade.



Impressões no Brasil

Por: Heidelberg Espanha

Nos meses de maio, 11 dirigentes das empresas gráficas de todo o território espanhol viajaram para o Brasil juntamente com a Heidelberg espanhola, com a intenção de conhecer de primeira mão um conceito de mercado gráfico diferente.

A ideia foi visitar diferentes modelos de empresas, entender suas peculiaridades, levando em conta o contexto político-econômico - taxas aduaneiras muito altas, uma grande crise e um governo, digamos complicado-, tamanho do território e do mercado-17 vezes a superfície da Espanha e 210 milhões de habitantes- condições sociais particulares - salário mínimo de 250 euros/mês-, situação do mercado de papel - praticamente nas mãos de uma só empresa e com importantes flutuações de preço - etc. Durante 10 dias visitamos Recife, Olinda, João Pessoa, São Paulo e Brasília.

Vimos muitas máquinas, cadeias de produção, diferentes modelos de negócios nos abrimos as portas de suas gráficas e fizemos muitas perguntas, mas o que mais valorizamos é que fizemos análises em comum e aprendemos muito compartilhando.

Iniciamos a jornada na MXM Gráfica e Editora, em Olinda, onde fomos muito bem recebidos e onde há uma gráfica bem organizada. Facform Gráfica, em Recife é a gráfica mais premiada do Brasil e uma das mais premiadas do mundo. Entre os Prêmios contam com 3 Sapphi. A visita à Facform, com Francisco de Assis, seu diretor foi um mergulho no mundo gráfico mais criativo.



Na Gráfica Santa Marta fomos recebidos por Matheus Ribeiro, gerente e Ana Arrais fez a função de mestre de cerimônias. A empresa dispõe de três plantas de produção com mais de 600 trabalhadores. Nós visitamos a planta de João Pessoa. A gráfica conta com equipamentos de última geração e é líder no mercado nacional. A gráfica trabalha basicamente para o setor editorial. A Gráfica JB é um modelo de empresa que embasa sua estrutura em uma equipe humana muito motivada. A gráfica foi fundada em 1983 e está no centro de João Pessoa, contando com instalações de 4.000m².

Em São Paulo iniciamos

as visitas sendo recebidos por Ludwig Allgower, CEO da Heidelberg do Brasil e toda sua equipe. Posteriormente, visitamos a fábrica da Antilhas em Santana de Parnaíba. Antilhas é um grupo dirigido por Bruno Baptista e que é especializado na fabricação de sacolas para o varejo. A empresa trabalha com equipamentos distribuídos pela Heidelberg, planeja sua produção em função de um rígido controle de diferentes parâmetros de produtividade. A empresa dispõe de alguns processos de impressão próprios, patenteados e desenvolvidos por ela. Posteriormente, fomos à Nywgraf. Fomos recebidos pelos irmãos Frare Piffer, se-

gunda geração, que nos acompanharam pelas diferentes plantas de produção. A tecnologia Heidelberg está presente nas Speedmaster, nos equipamentos digitais e nos CTPs. Ainda que a empresa mantenha um conceito familiar, seu objetivo é seguir crescendo. A última visita do dia foi na WLB Gráfica e Editora, uma empresa com somente 16 anos de vida, em Ferraz Vasconcelos-SP, tendo se transformado na líder do setor de web to print. Com 6.000 m², mais de 400 colaboradores em 3 turnos de 24 horas sete vezes por semana, colocam esta gráfica com índices de crescimento que chega a 30% ao ano. Wellington Luiz, diretor da empresa nos acompanhou durante a visita. A linha de guilhotinas Polar não parou de trabalhar nenhum segundo.

Duas das empresas maiores do Brasil foram visitadas no último dia: Leograf com sede em São Paulo, Brasília, Rio de Janeiro e Porto Alegre; é uma grande gráfica comercial. Fábio Gabriel Diretor e Paulo Estrella o responsável do marketing foram os encarregados de nos apresentar a empresa. Percorremos Pancrom com André Yuri Murrins, diretor executivo e terceira geração em atividade. Pancrom é uma empresa de grande porte, bem organizada e com grande parque instalado. Durante a visita podemos ver o processo de instalação da nova VLF, assim como as várias seções da empresa.



Em 2018 Kodak amplia o programa de alfabetização mundial

Kodak anunciou a criação de uma rede de impressões voluntária, que produzirá milhares de livros infantis e materiais escolares em 2018, destinados a algumas das populações mais desfavorecidas do mundo, utilizando produtos de impressão Kodak sustentáveis, como as pranchas sem processado Kodak Sonora.

No ano passado, Print for Good distribuiu mais de 30.000 livros e materiais impressos a milhares de crianças e comunidades da Europa, Estados Unidos, América Latina, Ásia e Oriente Médio. Este ano, a Kodak estabelecerá uma nova colaboração com a Room to Read, uma organização sem fins lucrativos centrada na alfabetização e na educação de meninas nos países pobres.

Kodak colocará muitos desenhos originais e histórias de narrativas infantis à disposição de sua rede de impressores da Print for Good nos próximos meses, tanto através do arquivo existente



da Room to Read como através da colaboração com um renomado desenhista e autor e livros infantis, Tad Carpenter. Carpenter criará um livro ilustrado exclusivo de 18 páginas, financiado pela Kodak com o tema sustentabilidade, que mostrará como as crianças de todo o mundo podem ajudar a conservar a água, economizar energia e reduzir a contaminação.



**SERIGRAFIA
SIGN 2018
FUTURETEXTIL**

**25 A 28
JULHO 2018**
13H ÀS 20H
SÁBADO, 10H ÀS 17H
EXPO CENTER NORTE | SP - BRASIL

TRADIÇÃO EM IMPRIMIR RESULTADOS

**AS MELHORES OPORTUNIDADES
DE NEGÓCIOS DO SETOR ESTÃO AQUI**

EXPOSITORES

Impressão digital têxtil • Impressão em grandes formatos • Materiais promocionais, brindes e personalização • Serigrafia • Sinalização • Sinalização Digital • Softwares • Sublimação • Substratos

VISITANTES

Agências de publicidade • Birôs de impressão / gráficas • Comunicação visual • Designers gráficos • Estamparia / indústria têxtil • Materiais promocionais • Revendedores

Serigrafia SIGN Future TEXTIL maior e mais completa feira de tecnologias de impressão para os mercados de serigrafia, comunicação visual e têxtil

www.serigrafiasign.com.br



Apoio



Local



Promoção e
organização

informa
exhibitions

Filada à



Provável escassez de fotoiniciadores nas tintas de imprimir

Ao longo dos últimos anos a manutenção de suprimento estável de matérias-primas tem sido a preocupação dos fabricantes de tintas. O último capítulo vem marcado pela iminente escassez de fotoiniciadores. A que se deve isto?

Eupia, a Associação Europeia de Tintas de Imprimir, vê duas causas principais: motivos políticos e circunstâncias relacionadas com a Reach.

Nos últimos anos a situação geopolítica mundial tem experimentado uma série de mudanças, passando pelas políticas de reduzir as barreiras comerciais para as

políticas protecionistas. Na China, onde se fabrica a maioria dos fotoiniciadores e seus precursores, as iniciativas do governo direcionadas a proteger o meio ambiente tem obrigado muitos produtores a cessar a fabricação e a reduzir a produção a períodos limitados ao ano. Ainda que as razões possam ser louváveis, a consequência inegável é que influem na disponibilidade de materiais e no aumento dos preços.

Além disso, o substituto dos fotoiniciadores foram alterados por graves incidentes: incêndio de uma fábrica, acontecimentos imprevisíveis (força maior) em fábricas químicas, baixos estoques, ma-

nutenções imprevistas e interrupção da produção, todos exemplos recentes.

Conforme se aproxima da data limite para o registro, de acordo com o regulamento Reach, alguns fornecedores de matérias-primas decidem não registrar ou registrar um consumo menor. Isso reduz as opções dos fabricantes de tintas para substituir fotoiniciadores por outros materiais que também podem sofrer restrições a curto prazo ou que têm pouca utilidade devido a sua reclassificação, de acordo com a legislação CLP (classificação, etiquetagem e embalagem) e, de acordo com a política de exclusão da Eupia.

Todas as empresas membros da Eupia altamente comprometidas em assegurar o fornecimento aos seus clientes e estão buscando alternativas, enquanto solicitam aos seus fornecedores que ampliem e diversifiquem suas fontes de suprimento tanto quanto seja possível. Apesar de todo este esforço em alguns momentos haverá falta de suprimento. Em tais circunstâncias, Eupia faz um comunicado para que os clientes de seus associados compreendam a situação, assegurando-lhes que a indústria de fabricantes de tintas está trabalhando para solucionar os problemas o mais rápido possível.

Durst aponta caminhos da evolução tecnológica durante Durst Tech Days 2018

A Durst realizou em maio o Durst Tech Days 2018 em sua sede em Brixen, Itália.

O evento, que contou também com sessões na fábrica da empresa no Tirol Oriental (Lienz, Áustria), serviu como palco para apresentação de novas plataformas tecnológicas que estão e estarão disponíveis a clientes de todo o mundo, a exemplo da linha de equipamentos planos com tecnologia UV, vencedora do European Digital Press Association Award (EDP).

Entre os temas tratados também estiveram tecnologias e inovações para os sistemas rolo-a-rolo, novos desenvolvimentos em softwares e gerenciamento de workflow, conceitos de manutenção preventiva, soluções para impressão plana com tecnologia



Na área de softwares, foi apresentado o Durst Analytics.

UV, a Durst Water Technology e demonstrações de

equipamentos.

Entre os destaques esteve

a Rhotex 325 para impressão de soft signage (tecido).

Uma segunda novidade para a Rhotex foi o anúncio de que seu portfólio de tinta será aprimorado através do acréscimo de um conjunto adicional de tintas chamado Rhotex Dye Sub TR para clientes focados na impressão de transferência pura, e oferecerá suporte a uma ampla gama de papéis.

Para a Durst Water Technology, anunciada pela Durst há dois anos, foi apresentado o modelo de impressão plana Durst WT 250 produzindo em escala industrial. As novidades incluem possibilidades de aplicações com papelão ondulado, possibilidade de operar com carro de impressão único ou duplo com comprimento de mesa de até 2100 mm, e materiais com espessura de 0,5 a 30 mm, recursos automatizados para separação de mídia, registro, posicionamento e transporte.



EFI transfere o Centro de Jato de Tinta dos EUA para a nova fábrica

No dia 8 de maio, a Eletronics For Imaging, Inc. realizou uma cerimônia de inauguração para comemorar sua mudança à nova sede de negócios de jato de tinta. A fábrica com mais de 20 mil metros quadrados, acomoda as operações atuais de jato de tinta da EFI, com espaço para fabricação de aproximadamente 500 impressoras EFI VUTEk por ano, em uma área que pode expandir.

A sede fica em Londonderry, New Hampshire, na região metropolitana de Boston. Essa proximidade à cidade oferece à empresa maior acesso a técnicos altamente qualificados em sua equipe.



Boston conta com muitas universidades de renome que

ajudam a transformar a região metropolitana em um

centro de pesquisa e especialização em tecnologia.



Ferramenta de "Reconhecimento do Texto"

A Esko (www.esko.com/) ampliou o seu portfólio de soluções inovadoras com o Reconhecimento de Texto, um novo plug-in para Adobe Illustrator que faz com que as mudanças de última hora de texto sejam rápidas, seguras e simples.

O plug-in de OCR exclusivo da Esko para Adobe Illustrator também elimina problemas que eram complicados mesmo quando as mudanças são pequenas.

O Reconhecimento de Texto é a única ferramenta

de OCR que converte o esboço do texto da ilustração em um texto vivo e editável diretamente no Illustrator. Assim, o designer pode fazer modificações na cópia em poucos segundos no Illustrator. O plug-in de Reconhecimento de Texto pa-

ra Adobe Illustrator está disponível como parte da coleção DeskPack de plug-ins da Esko para profissionais da embalagem, ou como um produto independente para pessoas que trabalham com o Adobe Illustrator.



Objetivo é alcançar público ainda maior e mais diversificado do que o alcançado na última edição.

Embalagem é tema central da segunda edição do Congresso Internacional de Tecnologia Gráfica

Com bons índices de crescimento e fundamental para a sociedade, a embalagem está no centro da discussão da segunda edição do Congresso Internacional de Tecnologia Gráfica, iniciativa da ABTG (Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica) em parceria com a APS Marketing de Eventos. O Congresso ocorre no dia 23 de agosto, das 8h às 18h, no Espaço Milenium, em São Paulo.

Especialistas do Brasil e do exterior tratam dos aspectos da produção da embalagem: a relação com o meio ambiente, o uso como ferramenta es-

tratégica de marketing, inovações tecnológicas, integração de diferentes processos de impressão, como as gráficas estão se preparando para atender às atuais demandas dos donos de marca, dentre outros assuntos.

O objetivo desta edição do Congresso Internacional de Tecnologia Gráfica é atrair um público ainda maior e mais diversificado, indo além dos empresários gráficos e de conversão e atingindo também compradores de embalagem (Brand Owners) e profissionais e estudantes da área de design.

Por conta de sua importância dentro da socieda-

de, o mercado de embalagem segue registrando resultados positivos. Porém, os fabricantes e designers de embalagens têm que se preparar para novos desafios, alerta Manoel Manteigas de Oliveira, diretor técnico da ABTG. "Certamente um desses desafios é tornar as embalagens mais amigáveis ao meio-ambiente. As embalagens devem ser, tanto quanto possível, reutilizáveis, recicláveis e biodegradáveis. Além de proteger e identificar os produtos, muitas embalagens devem cumprir papel decisivo no marketing dos produtos".

Outro aspecto relevante,

cita Francisco Veloso Filho, presidente da ABTG, "é a constante busca das empresas por redução de custos e aumento de produtividade. Avanços tecnológicos em equipamentos, materiais, ferramentas para integração da produção e outros devem estar a serviço dessas demandas". No Congresso Internacional de Tecnologia Gráfica, serão apresentados conceitos que visam uma produção altamente tecnológica, que prime pela eficiência e flexibilidade, sempre ligada à sustentabilidade. Em breve, serão divulgadas a programação completa e as inscrições.



PACHECO & BOTEGA

AVOCACIA

Trabalhista, Civil, Família e Criminal

Operando desde 1988, o escritório tem por objetivo a prestação de serviços de assessoria e consultoria jurídica nos seguimentos do Direito do Trabalho, Civil, Família e Criminal, atuando para propiciar segurança aos clientes. O escritório dispõe de especialistas, com currículo expressivo em atuação judicial e extrajudicial, assim como negociadores nas relações coletivas e sindicais.

Idiomas: português e espanhol

Rua Senador Souza Naves, 136, sala 06.
Ibiporã-PR (Brasil)
Telefone: 55 43 3258-2134
farinaciopacheco@yahoo.com.br

Editor para embalagens facilita a automatização de todo o processo de pré-impressão

A Esko anunciou no início de Junho o maior lançamento em editor de pré-impressão para embalagens e rótulos, o ArtPro+. Construído com base em décadas de experiência - com mais de 25.000 editores de pré-im-

pressão Esko atualmente em uso - a mais recente versão foi projetada para atender às demandas atuais da pré-impressão.

O ArtPro+ é parte da Plataforma Esko de Software 2018, a mais nova versão do portfólio da Esko que é líder

de mercado em soluções integradas de software para design, pré-impressão, automação de fluxo de trabalho, gerenciamento de cor, para os setores de embalagem, rótulos, display e sinalização.

Com esta versão do Art-

Pro+, a edição na pré-impressão podem ser feitas 40% mais rapidamente. A nova versão do ArtPro+ requer menos clicks para completar as tarefas, abre mais rapidamente e salva os arquivos em PDF e tem um trapping mais rápido.

Tecnologia de tintas flexográficas para a Flexo & Labels 2019

Especializada no desenvolvimento de soluções específicas para o segmento de banda estreita, a Nathalgraf mostrou na feira Flexo & Labels 2019 sua linha de tintas UV Food Pack, ideal para ser usada em aplicações que necessitem de contato indireto com alimentos, que, além de imprimir em rótulos adesivados, também tem uma resina encolhível para Sleeve, e pode ser usada para impressão de BOPP sem adesivo.

Outra novidade foi o lançamento de aplicações para impressão de imagens com holografia, sem necessidade de laminação.



XV Congresso da Indústria Gráfica
XII Feira Centro-Americana da Indústria Gráfica
LXXXII Assembléia Geral Ordinária CONLANTINGRAF



EXPO GRÁFICA IBEROAMÉRICA 2018

“Ferramentas para enfrentar
os desafios do futuro”

De 30 de outubro
a 1 de novembro

Wyndham San José Herradura.
San Antonio de Belén, Heredia, Costa Rica.

Organiza:

30 Aniversario
ASOINGRAF
ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA GRÁFICA COSTARRICENSE

Contato: Yorlyn Castillo Romero
Telefone: 2257-6917 / 2257-7028 / 8998-5102
E-mail: expografica@asoingrafcr.com

Gráfica Rex amplia participação no setor de embalagens

Recentemente a Koenig & Bauer apresentou, pela primeira vez no Brasil, a versão Rápida 75PRO -5 + L. A impressora, garante a Koenig & Bauer, está pronta para competir nas tiragens curtas com a impressão digital além da forte disposição para atender a demanda de embalagens.

Estes diferenciais chamaram a atenção da Rex Embalagens, de Nova Candelária (RS). Especializada no setor de embalagens, com amplo know-how no segmento de autopeças, a gráfica, que já contava com duas impressoras da Koenig & Bauer, decidiu investir na Rápida 75 PRO. José Luiz Lermen, diretor geral da Gráfica Rex, ressalta que um dos diferen-



ciais da impressora é a sua robustez: "É uma máquina forte, prática e fácil de operar. O desacoplamento das rolarias também é fundamental para a redução de custos uma vez que nem todos os trabalhos exigem operação

completa", observa.

No competitivo cenário de máquinas de impressão, a bicentenária fabricante responde mundialmente por 25% do mercado de máquinas planas e 45% do de embalagens.

José Luiz Lermen, diretor geral da Rex Embalagens; Paulo Faria, diretor geral da Koenig & Bauer Brasil e Sílio Rodrigues, suprimentos e relacionamento com clientes da Rex Embalagens.



Dekron: a nova filial da Krones dedicada à tecnologia de decoração digital

Até o momento, a linha de produtos da Krones relacionada à decoração digital de embalagens primárias estava dividida em duas empresas: Krones AG e Till GmbH, da qual a Krones possuía a maioria das ações - 51% desde 2014. Após apresentar com sucesso a linha de máquinas Deco Type, desenvolvida em conjunto com a feira Drinktec em 2017, chegou o momento de integrar os conhecimentos e as tecnologias de ambas as partes em uma só entidade.

Por este motivo, Krones adquiriu o restante das ações da Till GmbH no começo de março de 2018 e transferiu para ali todas as atividades empresariais relacionadas com a tecnologia de decoração virtual. Para mostrar desde logo ao público o novo peso adquirido por esta nova entidade, a filial atua desde abril sob o nome de Dekron, que surge da combinação de duas palavras "decoração" e "Krones", que não somente destaca a especialização tecnológica da empresa, como também sua pertinência à família do grupo empresarial Krones.



Sven Kerpe e Friederike Kalusche da Dekron

Nova etiqueta que se dissolve em 30 segundos

A nova etiqueta B-403 de papel solúvel em água da Brady Corporation é autoadesiva, extremamente fácil de aplicar e que se dissolve completa-



mente em 30 segundos em contato com água quente sem destruir a superfície e sem deixar resíduos pegajosos. A B-403 é ideal para etiquetar elementos que necessitam renovar a identificação depois de cada uso. A nova etiqueta solúvel em água adere bem à maioria das superfícies, incluindo o vidro, aço inoxidável, alumínio, plástico e outros materiais.

O futuro da impressão

Uma análise da mudança para a impressão digital

O setor de impressão sofreu grandes mudanças nos últimos 10 anos. Temos visto grandes demandas por baixas tiragens, a migração para fluxos de trabalho automatizados, o avanço da impressão de dados variáveis e, talvez o mais importante, uma mudança radical na forma como os profissionais de marketing alcançam seus consumidores. A mudança para a tecnologia digital está acontecendo em muitos segmentos de mercado, não apenas na impressão comercial, mas também nos segmentos de embalagem e etiquetas, fabricação de papelão ondulado e têxteis, decoração de peças cerâmicas e em muitos outros.

Para compreender essa tendência e como os métodos tradicionais de impressão serão afetados, precisamos analisar não apenas as mudanças na tecnologia, mas também as demandas dos clientes do provedor de impressão.

A EFI tem a vantagem de ter participado diretamente da transição analógica para digital há mais de 25 anos. Começamos com um servidor de cores Fiery para impressoras de baixa produção da Canon em 1991 e fornecemos software front-end para quase todos os principais fabricantes de impressoras de produção digital do setor desde então. Investimos em software de produtividade de fluxo de trabalho em 2000 e iniciamos a



John Henze

Vice-presidente de marketing do Fiery na Electronics For Imaging

jornada de equipamentos digitais com tecnologia jato de tinta em 2005. Para atender às necessidades dos nossos e dos seus clientes, reestruturamos, re-direcionamos e recriamos nossa tecnologia. Com isso, podemos perfeitamente falar sobre as mudanças que ocorreram ao longo dos anos e como será o futuro do setor.

AVANÇOS DA TECNOLOGIA DIGITAL

As impressoras digitais continuam melhorando com recursos de alta velocidade de produção e agora também são capazes de manusear tamanhos de folha maiores, como os formatos B1 e B2. A qualidade é muito semelhante à da impressão offset. Em alguns casos, principalmente com a tecnologia jato de tinta, é ainda melhor. E a impressão de dados variáveis, que funciona melhor em um fluxo de trabalho digital de ponta a ponta, foi aperfeiçoada.

O software ficou tão sofisticado a ponto de um arquivo entrar no fluxo de trabalho por meio de um portal on-line e percorrer toda a produção sem supervisão. A tecnologia de fluxo de trabalho simplificou a força de trabalho, eliminou erros, reduziu o desperdício e automatizou tarefas de front-end, como orçamentos e planejamentos.

As impressoras digitais não são mais consideradas impressoras de documentos, o que significa que uma grande variedade de materiais de apoio é produzida em impres-

soras de produção, como as fabricadas pela Xerox, Konica Minolta, Canon e Ricoh, entre outras. Eles produzem impressões de qualidade excepcional em velocidades muito altas. As impressoras jato de tinta de grandes formatos foram tão longe que são capazes de produzir arquivos enormes com a mesma rapidez.

Muitos clientes da EFI adotaram a demanda por impressão de dados variáveis. Como acontece com qualquer nova tendência, os pioneiros logo entram em ação. Mas o que vimos é que é preciso algum esforço para obter sucesso com os dados variáveis. Toda a gráfica precisa participar, porque trabalhos de dados variáveis podem exigir o envio de um pôster com uma promoção de produto específica para um local de varejo e uma promoção diferente para outra loja, por exemplo. Portanto, é preciso ter experiência em gerenciamento de banco de dados, o software correto para gerenciar a produção e a capacidade logística de enviar o item certo para o local certo. É preciso compreender a natureza de uma campanha de dados variáveis.

As cores são cada vez mais importantes, não apenas porque chamam a atenção. A migração para os dados variáveis as tornam ainda mais complexas. Você precisa de cores consistentes e vibrantes em cada variação de cada pacote, pôster ou peça de material de apoio.

No entanto, obter a cor correta não é tão simples quanto entender os recursos das impressoras usadas na impressão.

Não podemos nos esquecer de que os trabalhos de im-

pressão anteriormente feitos em impressoras offset estão migrando para as digitais. Os principais fabricantes de impressoras offset exibem suas variações digitais nas principais feiras internacionais para captar alguns desses trabalhos. Os equipamentos da Landa Nanographic Printing, em particular, usam a tecnologia Fiery. Essas impressoras digitalizam as folhas enquanto elas passam pela impressora para identificar possíveis problemas de funcionamento e corrigi-los rapidamente. Isso é tecnologia avançada.

É o que acontece na engenharia dos front-ends digitais (DFEs) Fiery ao projetá-los para impressoras específicas. Há quatro itens que determinam seu desenvolvimento. O primeiro é o desempenho: a rapidez com que os arquivos precisam ser processados para direcionar os dados para a impressora. Não adianta ter a impressora mais rápida, se você demora horas para processar um arquivo. E, quando cada cópia de um trabalho de dados variáveis for diferente, o DFE deve ser capaz de alimentar dados para a impressora para mantê-la funcionando na velocidade nominal. O segundo é a cor: a capacidade de usar os recursos de cor da impressora ao máximo e, em seguida, parte deles. O terceiro é a produtividade: a capacidade de disponibilizar ferramentas para aumentar a eficiência do operador e da pré-impressão, para simplificar o trabalho. O último é a integração. O DFE precisa se integrar perfeitamente ao software MIS/ERP para garantir precisão, fornecer feedback e reduzir intervenções manuais.

A IMPORTÂNCIA DAS TENDÊNCIAS DE MERCADO

Não importa se você imprime materiais de marketing, embalagens, etiquetas, têxteis ou peças cerâmicas, as baixas tiragens estão se tornando a norma. Embora a impressão de documentos tenha sido afetada por essa tendência há algum tempo, a mudança para baixas tiragens está acontecendo agora em todos os segmentos simultaneamente. Obviamente, essa tendência tem a ver com avanços na tecnologia digital, mas também está relacionada aos requisitos atuais dos profissionais de marketing, varejistas e fabricantes.

Vamos dar uma olhada em embalagens. Hoje em dia, a embalagem é uma ferramenta de marketing, não apenas uma caixa bonita na prateleira. Um código QR em um pacote ou em tela direciona o consumidor a um site de marketing, no qual os dados são capturados e ofertas de desconto são fornecidas. E quando os códigos de barras são digitalizados na caixa, o profissional de marketing sabe qual promoção ou qual imagem na caixa do produto chamou a atenção do consumidor. Esse tipo de feedback é muito importante na web de mídia multidimensional de hoje. Os profissionais de marketing precisam coletar o máximo de dados sobre o consumidor.

Como resultado, caixas customizadas e personalizadas são uma tendência cada vez maior. Os profissionais de marketing estão aprendendo que quanto mais personalizada a interação com o consumidor, melhor é a experiência do cliente, que é onde entram os recursos de dados variáveis.

A tecnologia tornou possível alcançar os consumidores com um conjunto de ferramentas eletrônicas totalmente novo. Mesmo assim, a impressão ainda é uma peça importante da campanha de marketing. De embalagens personalizadas a mala direta e materiais de ponto de venda, os profissionais de marketing buscam atingir o consumidor em todos os pontos da jornada de compra. O software EFI DirectSmile permite que os provedores de impressão disponibilizem tecnologia de marketing em várias mídias para seus clientes.

A indústria têxtil está passando por uma transição semelhante à tecnologia digital por dois motivos: a necessidade por entregas rápidas e, sim, personalização. A rede varejista de roupas, Zara, ilustra a necessidade de um rápido tempo de produção. A partir do momento em que o varejista escolhe uma amostra para sua linha, o ateliê de moda deve entregar o produto acabado em três semanas. Como resultado, o tecido deve ser impresso digitalmente e as peças de vestuário montadas localmente para atender a essa demanda. No setor de decoração de interiores, cortinas, revestimentos de parede e tampos de mesa estão sendo personalizados e impressos para responder a essa nova tendência.

O potencial da impressão digital, principalmente jato de tinta, é estrondoso. A vantagem da impressão jato de tinta é que os cabeçotes são versáteis e podem ser montados em várias configurações. Por isso é tão fácil imprimir em uma peça com revestimento de cerâmica de superfície áspera quanto em uma folha de papel.

AS TENDÊNCIAS OFERECEM OPORTUNIDADES

Não é necessário que um especialista de mercado lhe diga que a produção de caixas de papelão ondulado está crescendo cada vez mais. Elas oferecem espaço publicitário e a tecnologia digital facilita a colocação de anúncios coloridos atraentes e personalizados. Os profissionais de marketing e os varejistas também estão solicitando o papelão ondulado para displays de ponto de venda por seu menor custo, pouco peso e vantagens ambientais.

O setor de embalagens continua crescendo porque os produtos sempre precisarão de caixas e, o mais importante, recorrerá à impressão de dados variáveis. O mesmo se aplica a etiquetas, sobre as quais diferentes imagens e mensagens podem ser ilustradas.

Decoração de interiores e vestuário esportivo são duas outras oportunidades de crescimento. Roupas de ginástica personalizadas estão na moda, de leggings de yoga a jaquetas corta-vento.

A comunicação visual em tecido é outro exemplo de grande crescimento nos mercados tradicionais de sinalização e exibição. Como o tecido dobra e nunca quebra, é mais fácil e mais barato transportar e armazenar do que outros materiais. Desenvolvida pela EFI Reggiani, a impressora VUTEk FabriVU 520 é a favorita para esse tipo de aplicação. A impressora atende ao mesmo tempo às aplicações têxteis e de decoração de interiores.

Outra impressora de tecido, a ReNOIR FLEXY, imprime em uma ampla variedade

de tecidos, desde malha a tecidos de baixa e alta elasticidade.

As lojas de impressão especializadas on-line também estão crescendo. A PhotoWeb, localizada em Grenoble, França, é especializada em produtos fotográficos personalizados on-line. Bruno Marrou, diretor de produção da empresa, explica que a velocidade é fundamental para o sucesso dos negócios. Por causa dos sites de comércio eletrônico, os consumidores esperam que os produtos sejam entregues em 24 horas.

A IMPRESSÃO OFFSET TRADICIONAL CHEGOU PARA FICAR

Sempre haverá demanda para altas tiragens. Acreditamos que a impressão digital viverá lado a lado com a analógica por muito tempo. Nós observamos isso, hoje, entre nossos clientes. Grandes provedores de impressão, que usam folhas e bobinas, complementam suas ofertas com impressoras jato de tinta de grandes formatos e impressoras digitais de documentos. Assim, eles podem ser uma fonte única para seus clientes, fornecendo baixas e altas tiragens, etiquetas e publicidade para pontos de venda e mídias externas.

Os principais fabricantes de impressoras nos procuram para atender às suas necessidades de DFE (Digital Front End). A versatilidade do DFE permite que ele seja usado por equipamentos avançados em todos os mercados que atendemos: comercial, aplicações de grandes e supergrandes formatos, setores de embalagem, etiquetas e papelão ondulado, e fabricação de têxteis.



IFRA



World Publishing Expo

www.ifra-expo.com

9-11 October 2018 | Messe Berlin
48th meeting of the global publishing community

We ♥ our partners



Premium Global Media Partner:

Süddeutsche Zeitung

Irish Independent



hvg



DeutscherDrucker

primPublishing

InPublishing



PreMedia Newsletter

"Print Innovation Awards", da World Printers Forum

O World Printers Forum, a comunidade editorial da Associação Mundial de Jornais e Editores de Notícias WAN-IFRA, anuncia um novo concurso: os Print Innovation Awards. O prêmio para inovações de jornais e revistas será apresentado no primeiro dia de exposição da IFRA World Publishing Expo, em 9 de outubro de 2018, em Berlim.

O concurso Print Innovation Awards premia os anúncios impressos mais inovadores, assim como os produtos dos



editores de jornais e revistas de todo o mundo e está aberto a editores de jornais e revistas, assim como para anunciantes

produtos apresentados. Serão distribuídos s prêmios em ouro, prata e bronze para cada categoria.

ou agências de publicidade.

O prêmio Inovação de impressão, será para duas categorias:

- Publicidade impressa inovadora, incluindo anúncios impressos on line ou anúncios multicanal.

- Produtos impressos inovadores, produtos novos ou com novo projeto.

Um júri de expertos internacionais julgará os



FIPP se une aos organizadores da IFRA & DCX Expo

FIPP, a rede dos meios globais, unirá forças com IFRA World Publishing Expo e DCX Digital Content Expo, em um lançamento mundial para as associações mundiais que representam os meios de imprensa e revistas. Assim, as exposições da IFRA e DCX fazem uma cooperação com a rede para

os meios de revistas globais, FIPP, que incluiu uma participação no programa do congresso em outubro em Berlim.

Enquanto que WAN-IFRA e FIPP sempre têm mantido relações construtivas, o acordo de cooperação representa um esforço concreto para trabalhar jun-

tos em benefício de seus respectivos membros.

Como um dos proprietários da Publishing Exhibition GmbH, WAN-IFRA recebe a IFRA World Publishing Expo e a DCX Digital Content Expo em Berlim de 09 a 11 de outubro de 2018. Ambas as partes do processo de produção de jornais e revistas

se reúnem na dupla exposição- a produção de impressão em papel e tinta até a tecnologia de sala de correio, assim como a produção dos meios digitais através dos sistemas editoriais e uma ampla linha de diferentes programas de software, até a inteligência artificial.



Líder em rotativas offset usadas

- Venda e instalação rotativas offset
- Transferências
- Atualizações, serviço e reparos
- Agentes Procemex para gráficas (câmeras de controle de quebras de papel durante a produção)



GWS PRINTING SYSTEMS

Espanha e Latin América

Aragó 181 4º 2ª

08011 BARCELONA

Tlf.: +34 93 4531423

Móvil: +34 629 583032

email: jordi.segura@gws.nl

www.gws.nl

Como criar uma campanha de comunicação multicanal um a um para qualquer etapa do ciclo de vida do cliente?

Por: Jessica Martínez

Nos últimos tempos os vendedores e as marcas estão obcecados com a "experiência do cliente", a qual é uma soma de todas as interações que uma pessoa tem com uma organização. Ofertar uma experiência atrativa para o cliente pode ser um desafio porque os consumidores de hoje tem expectativas mais altas e estão utilizando cada vez mais e mais canais em mais dispositivos..

COMO ESTAR A ALTURA DESTAS ALTAS EXPECTATIVAS E OFERTAR UMA EXCELENTE EXPERIÊNCIA AO CLIENTE?

O segredo é que deve se destacar entre a multidão. Concentrar-se no cliente e entregar as comunicações através de diferentes meios que sejam oportunos e relevantes em todo momento. Fazer isso para cada indivíduo e coordenar todos os meios de contato com muita precisão

O conceito de "ciclo de vida da experiência do cliente" é uma tendência popular no pensamento do marketing moderno, no qual cada etapa da relação com o cliente é única e importante. Assim, cada etapa é uma oportunidade para que a marca obtenha mais informação sobre o cliente para melhorar a interação. Talvez essa oportunidade se deva a um interesse inicial ou talvez no momento da compra (ou, inclusive, no momento posterior à compra, quando o cliente poderá converter-se em um influenciador). De qualquer maneira, é importante que as mensagens sejam pessoais e usem os meios preferidos desse indivíduo em cada etapa.

MAS, COMO FAZER ISSO EM GRANDE ESCALA?

Claro que não existe apenas um dia para o cliente. Há muitos; cada experiência do cliente deve ser única. Para criar dias individuais de maneira efetiva e para crescer, são necessárias ferramentas adequadas para or-

ganizar e automatizar suas campanhas.

Excepcionalmente, com XMPie, os meios de impressão e os pontos de contato digitais no fluxo de comunicação se fundamentam em uma base comum, nosso motor de personalização e composição. Isso significa que pode criar e automatizar experiências de clientes omnicanal que garantam uma visão sinérgica constante do cliente ao longo do tempo e os pontos de contato.

Docustore cria uma campanha de marketing omnicanal para a loja de brinquedos Imaginarium

Docustore lançou recentemente uma fantástica campanha omnicanal personalizada para um dos seus clientes, a cadeia mundial de lojas de brinquedos Imaginarium, que tem 348 lojas em 28 países. Docustore usou XMPie PersonalEffect TransMedia para produzir uma campanha omnicanal personalizada através da impressão, da web a mais de 360.000 membros do cartão de fidelidade anual.

Cada pequeno membro do cartão de fidelidade recebe uma peça de impressão atrativamente desenhada, personalizada de acordo com a sua idade e sexo, com descontos únicos, cupons, brinquedos, jogos e ilustrações. Também são convidados a visitar sua página web personalizada para ver um vídeo personalizado que os incentiva a visitar a loja para usar seu cupom e comprar um produto. Docustore os ajudou a comemorar seu aniversário com estilo, ao criar uma experiência da marca tão memorável para os pequenos consumidores da Imaginarium.

Docustore é um caso interessante de como um fornecedor de serviços de impressão e de marketing fez crescer seu negócio com as soluções XMPie. A adoção de novos canais de comunicação lhes abriu as portas para aquelas marcas que anteriormente não lhes haviam dado oportunidade de trabalhar em conjunto.



Cinco conselhos para melhorar o investimento no marketing do e-commerce

A contabilidade, os produtos, a atenção ao cliente, os fornecedores, os pedidos, a atualização da web. Os vendedores on line tem que atender muitos aspectos para que o sucesso do e-commerce seja total e pode ser esse o principal motivo que leva a deixar o marketing de lado.

As atividades de marketing são realmente importantes para não deixar de atrair novos clientes e fidelizar os que já existem. Segundo um estudo da Trusted Shops, dedicar somente 15 minutos diários ao desenvolvimeto de estratégias de marketing aumenta as venda do e-commerce. Como fazer isso se não se dispõe de equipe dedicada ao marketing?

- Reunir idéias. Antes de começar a investir em recursos de marketing, o vendedor on line deve se informar de quantas opções existem no mercado: publicidade nas redes sociais, marketing de conteúdos, venda social, marketing por e-mail, venda porta a porta, SEO, publicidade nos meios de comunicação, etc. Se a falta de orçamento é o principal problema a respeito, recorrer a vídeos, livros e palestras gratuitas sobre o tema pode ser uma boa forma para começar.



• Experimentar. É aconselhável escolher mais de uma opção no amplo leque oferecido pelo marketing e começar a experimentar. Por exemplo, fazer a primeira entrada num blog e contatar com vários influentes e conhecer suas tarifas de promoção. Depois, dedicando somente 15 minutos diários pode analisar e decidir, levando em conta a informação disponível.

• Ter paciência com os resultados. Está comprovado que dedicar tempo ao marketing pode gerar impaciência para obter os primeiros frutos do trabalho, mas o vendedor deve ser consciente de que é possível que com a primeira publicidade no facebook não consiga realizar nenhuma venda. Aprender a errar, corrigir e reestruturar as ações será básico para crescer.

• Definir os objetivos. Antes de começar, o e-commerce deve definir os objetivos em todos os setores, também em marketing. Objetivos realistas ou sonhadores e ter consciência deles. Isso ajudará a corrigir os erros ou fazer uma campanha se está seguro do seu êxito.

• Manter a constância. A maior taxa de abandono das estratégias de marketing chega quando se vem os primeiros frutos do trabalho. A confiança que funciona relaxar algum dia e isso desembocará no abandono das estratégias de marketing. Justo quando as estratégias empregadas começam a funcionar é o momento para gerar espaço para novas possibilidades.

Talento e formação, a combinação perfeita para usar e empregar a Inteligência Artificial



Inteligência Artificial chegou para mudar o mundo e a visão dos negócios de qualquer setor. Esta é a principal conclusão da jornada "Como implementar a Inteligência Artificial no seu negócio", realizada pela MBIT School, centro de formação dedicado ao Business Intelligence, Big Data e Inteligência Artificial

A explosão de dados dos últimos anos e as capacidades computacionais tem tornado possível que atualmente possamos utilizar uma tecnologia que nasceu nos anos 50 com a intenção de replicar o cérebro humano. Mas tem sido os modelos de aprendizagem profunda, o deep learning que tem permitido chegar à situação atual, sendo que entre 95% e 99% dos sistemas estão embasados nesta tecnologia. Os sistemas de aprendizagem profunda podem ser aplicados nos provedores de roupas, cabeleireiros, treinamentos de equipes esportivas, previsões de demanda no setor hoteleiro, otimização do orçamento destinado à saúde ou antecipar as necessidades do cliente do setor retail, entre muitas outras aplicações.

As ferramentas para por um projeto de Inteligência Artificial em anda-



mento são hoje em dia uma realidade, como podem ser os serviços cognitivos e outras opções de código aberto. O transfer learning e a aprendizagem por transferência permitem que sejam aproveitados modelos complexos já desenvolvidos, para adaptá-los ao problema que cada negócio necessita. Atualmente, se dispõe do software e dos modelos disponíveis, e com a formação adequada, é possível adaptar os modelos às necessidades de cada negócio.

Para se iniciar um projeto de Inteligência Artificial é necessário envolver tanto os responsáveis pelo negócio, que são os que vão definir a necessidade como os profissionais e experts desta tecnologia, que são os que resolvem os problemas e dão resposta às perguntas levantadas no negócio.



Sacola de papel, preferida pelo baixo custo ao meio ambiente

São as imbatíveis características ao meio ambiente da sacola de papel o motivo desta preferência: para nove em cada 10 consumidores as quatro características que melhor definem a sacola de papel são: cuida do meio ambiente, é biodegradável, ecológica e renovável.

Precisamente o caráter biodegradável da sacola de papel é o elemento diferencial definitivo, que a converte na melhor alternativa que a de plástico. De fato, se uma sacola de papel não chegar a entrar no circuito da reciclagem, se biodegradará entre dois e cinco meses.

Vários estudos mostram um excelente aproveitamento da sacola de papel para vários usos quanto à sua resistência:

- Para supermercados (produtos alimentícios), a sacola de papel de formato



pequeno com alças (similar à sacola plástica) aguenta até mais de 12 kgs.

- Para grandes armazéns e lojas especializadas (produtos têxtil e bazar), a sacola de papel média com alça pode carregar até mais de 14 kgs

- Para frutas e compras a granel; a sacola tipo envelope, sem alça pode levar 5 kgs ou mais se for do tamanho médio ou 2 kgs se for pequeno.



Uma boa seleção do material é a chave do sucesso

Escolher o material de uma embalagem sofisticada baseando-se somente no preço por kilo é um erro; o barato pode sair caro quando se leva em conta o rendimento do material durante o processo de produção e o aspecto que terá o produto final no local do ponto de venda.

Quando foi solicitado a Vicenzo Leara, da Gpack Group que produzisse embalagem para uma fragrância da linha Good Girl, de Carolina Herrera, também foi pedido que fizesse provas. Para a série de provas da mesma embalagem que fez, usou primeiro um renomado papelão de uma só camada e logo o papelão Invercote de estrutura multicapa da Iggesund Paperboard. Ao comparar os resultados, Invercote mostrou ser a melhor eleição.

A embalagem para a Good Girl requer duas etapas de produção. Entre elas se encontram o stamping dourado, relevo, flocado parcial, stamping no flocado, baixo relevo e troquelado.

Um romance impresso em papel FSC ajuda a proteger os bosques africanos

"A árvore dos pigmeus", o primeiro romance do escritor, viajante e experto em sustentabilidade ambiental, ajudará a proteger as florestas do planeta. Tudo por ter sido impresso em papel FSC (Forest Stewardship Council), a ONG certificadora de sustentabilidade de madeira, papel e outros derivados florestais.

A indústria do papel consome aproximadamente 11% de toda a madeira que é extraída no mundo. Perante os graves problemas mundiais de desflorestamento e em áreas e tamanhos ilegais, cada vez mais editores apostam por diminuir seus livros em papel certificado FSC como garantia de uma origem sustentável. Os leitores também reclamam este "papel responsável", sabedores de que quanto mais livros comprem mais valor terão as florestas, serão melhores administradas e haverá mais árvores no planeta.



Personalização e proteção de veículos

Avery Dennison Graphics Solutions apresentou duas novas linhas para a personalização e proteção de veículos. As três séries novas da linha Automotive Window Film (AWF) da Avery Dennison foram projetadas para permitir a renovação criativa dos veículos, assim como melhoras com relação à segurança, repelir o calor e ofuscamento. Outra linha de material, a Avery Dennison Supreme Protection Film (SPF-XI) oferece proteção auto-reparadora para veículos e resiste aos danos causados por pequenas pedras, restos de asfalto, manchas de insetos e desgaste pelo uso.

Representante y Distribuidor exclusivo para América Latina, Asia y Mercados Emergentes

Exclusive Representative and Distributor for Latin America, Asia and Emerging Market

Representante e distribuidor exclusivo para América Latina, Asia e mercados emergentes



print LAT

Soluciones y consumibles para la impresión digital de **GRAN FORMATO**

Solutions and consumables for **WIDE FORMAT** digital printing

Soluções e consumíveis para impressão digital **GRANDES FORMATOS**



Sustratos

Media

Media

Textiles

Textiles

Laminados

Laminates

Laminados

Lonas y vinilos solventes

Solvent & self adhesive vinyls

Lonas e vinis adesivos

Magnéticos de impresión directa

Magnets for direct printing

Ímãs para impressão direta

Tintas

Inks

Tintas

Impresoras solventes

High resolution solvent printer

Impressoras solvente de alta resolução

Copiadoras de planos

Reprographic printer

Impressora de reprografia

Porta banners

Displays

Displays

Laminadoras

Laminators

Máquinas Laminadoras

Impresoras UV cama plana

UV flat bed printers

Impressoras cama plana UV

Impresoras UV híbridas

UV hybrid printers

Impressoras UV híbridas

Impresoras UV rollo a rollo

UV printers roll to roll

Impressoras UV rolo a rolo

Impresoras base agua

Waterbase ink jet printers

Impressoras base de tinta

Scanners

Scanners

Scanners

Pisos imprimibles

Printable floors

Pisos para impressão

Laminación Líquida

Liquid lamination

Laminação líquida

Software administración de Color

RIPs

RIP

Papeles artísticos

Artistic papers

Papeles Artísticos

Papeles de colgadura

Wall covering papers

Papeis de cobertura parede

Plotters de Corte

Cutting Plotters

Plotters de Corte

Papeles transfer e insumos sublimación

Heat transfer papers and Sublimation supplies

Papeis transfer e suprimentos sublimação

Gráficos para Ventanas

Window Graphics

Gráficos para Janela

Impresoras Laser

Laser Printers

Impressoras a laser

Chegou a sublimação para exteriores

Por: Sawgrass

Como tecnologia de decoração, a sublimação há tempos vem sendo utilizada para aplicações de interiores. Igual a muitas classes de tintas usadas na impressão, as tintas de sublimação reagem à luz ultravioleta, o que provoca sua descoloração com o passar do tempo em condições externas.

Com novos tipos de painéis de sublimação no mercado, os decoradores de produtos tem a possibilidade de trabalhar nos mercados com uma crescente demanda de imagens de exteriores. Existem muitas aplicações para produtos sublimados que estão expostas constantemente à luz solar, entre elas as sinalizações para exteriores.

Painéis ChromaLuxe EXT

Universal Woods desenvolveu painéis de alumínio ChromaLuxe EXT, que se caracterizam pela resistência à luz ultravioleta, riscos, vento, grafite, produtos químicos e pancadas. ChromaLuxe vem construindo sua marca na base da confiança e qualidade da imagem de alta de-



finição, apresentados nos seus painéis de alumínio. Os novos painéis EXT prometem a mesma cor, atratividade e durabilidade, além de maior vida útil em condições de exposição prolongada a vários elementos.

Os painéis ChromaLuxe EXT estão disponíveis com um acabamento brilhante e se apresentam em vários tamanhos, que vão desde 12 cm x 17 cm até 101 cm x 152 cm. Dependendo das tintas e das aplicações empregadas (reprodução fotográfica ou sinalização), ChromaLuxe

classifica a resistência à luz ultravioleta destes painéis de dois a quatro anos.

Aplicações e possibilidades

As aplicações de sublimação de exteriores para estes substratos são empregadas basicamente em instalações fotográficas, decoração artística, exposições de exteriores, cartazes, sinalizações informativas, rótulos de marcas de empresas e outras sinalizações ou finalidades decorativas.

As tintas da Sawgrass melhoram a durabilidade des-



tes substratos, com formulações de quatro e oito cores, capacidade para reprodução de obras de arte e fotografias profissionais, uma linha ampliada de cores e extratos fluorescentes. Nossas tintas são fabricadas de acordo com os padrões de qualidade mais rigorosos; por isso os usuários finais podem confiar nelas quando necessitarem de imagens de alta definição, negros neutros, transições suaves, tons de pele naturais e profundos, cores intensas para aplicações de sublimação para exteriores.

Mimaki melhora suas capacidades de impressão têxtil digital

Mimaki anunciou que sua linha de impressoras têxteis digitais Tiger 1800B foi aperfeiçoada com novas funções e capacidades, seguindo o desempenho da companhia para melhorar a qualidade na impressão têxtil digital. O modelo Tiger 1800B MkII oferece um modo de alta qualidade adicional a 1200 ppp e várias melhorias para aumentar a quali-



dade, inclusive a redução da banda e outros defeitos da impressão. O sistema Ti-

ger 1800B MkII combina-se com a bobina tamanho grande de papel de trans-

ferência de sublimação Mimaki Vision Jet-X. Disponível nas larguras de 1620 e 1830 mm, Mimaki Vision Jet-X é leve (57 g/m²), mais adequado para a produção de praticamente qualquer artigo, desde roupa desportiva, bandeiras e faixas que necessitam uma alta qualidade de tinta, até tecidos para moda e casas com menos cobertura de tinta.

Print Census 2018 dá as respostas estratégicas a uma crescente demanda

FESPA revelou as conclusões de sua pesquisa Print Census 2018, feita em colaboração com Info Trends, destacando que os resultados refletem um crescimento sustentado das entradas e uma aceleração do investimento na tecnologia digital voltada ao cliente.

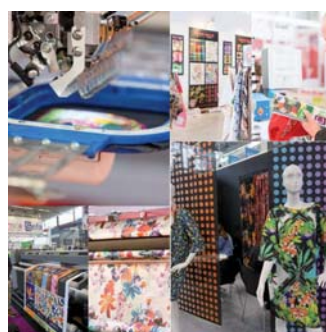
Ao analisar os dados, as tendências chave reveladas pelo estudo de 2018 são tão sólidas como as de 2015 e, em muitos casos, inclusive, mais presentes, impulsionadas pela contínua recuperação econômica e o impacto positivo das tecnologias que favorecem a personalização em massa.

OTIMISMO

O otimismo das respostas de 2015 se vê reforçado em 2018; 83% dos entrevistados apontam que são otimistas sobre o futuro de seus negócios (2015= 80%). Esta percepção está bem fundamentada porque o negócio de impressão digital de grande formato segue crescendo e os entrevistados indicam uma taxa composta de crescimento anual de 4,2% desde 2007. Hoje em dia a produção digital representa 44% das entradas totais e se prevê que alcance 53% de faturamento em 2 anos.

DEMANDA DOS CLIENTES

A redefinição progressiva da impressão imediata na indústria de serviços é mais pronunciada hoje que há três anos e, neste sentido as empresas respondem à tendência continuada de personali-



zação em massa. Atualmente 72% confirma uma demanda desce de prazos de entrega mais rápidos, 61% aprecia uma maior solicitação de tiradas curtas e 59% observa expectativas cada vez mais exigentes com relação às entregas imediatas.

EVOLUÇÃO DOS PRODUTOS DE GRANDE FORMATO COMBINADOS

O cenário atual de aplicações de cartazes e rotulação está dominado pelos painéis ; 68% produz regularmente este tipo de produto e a metade dos entrevistados prevê um potencial crescimento continuado. Os rótulos e painéis de propaganda mantêm sua posição de 2015 entre as principais aplicações produzidas pelos entrevistados.

Os expositores POS/POP estão lucrando , 59% das empresas está crescendo

nesta área. Mais da metade das empresas também está produzindo mais aplicações auto-adesivas , inclusive revestimentos, gráficos e decalques para veículos, a medida que aplicam e se aproveitam dos avanços contínuos nos materiais auto-adesivos aptos para a impressão digital.

O crescimento contínuo de aplicações de decoração impressa é evidente. Atualmente 74% dos entrevistados identifica o papel de parede e a decoração de interiores como um segmento de crescimento para seu negócio.

INVESTIMENTO EM TECNOLOGIA DIGITAL

As empresas de impressão digital continuam respondendo-as constantes demandas de seus clientes de prazos de entrega rápidos, tiradas curtas e entregas JIT com investimentos

estratégicos em tecnologia digital.

Diante do aumento do volume do negócio, uma maior capacidade é uma prioridade de investimento. 54% dos entrevistados menciona este ponto como o fator principal de motivação para o gasto de capital (2015= 34%). A redução de custos constitui um fato para 53%, enquanto que a diversificação para novos mercados e ofertas de produtos segue sendo um foco do investimento para 53% dos entrevistados. O estudo também revela que há maior investimento nas áreas que incidem diretamente na satisfação do cliente e na consistência. 34% prefere investir no controle de qualidade, 28% em serviços W2P (impressão direta da internet) e 27% tanto em gestão de conteúdos na nuvem como na administração da cor, também com orçamento destinado à formação.



Os padrões estabelecidos na evolução tecnológica continuam em 2018, como demonstra o crescimento das receitas oriundas da impressão UV, látex e com sublimação direta e de tintas, em claro contraste com o declínio no uso das tecnologias analógicas, de tintas aquosas e com solventes. 27% dos entrevistados em 2018, que trabalham com o segmento de cartazes e rotulação planeja adquirir uma impressora de injeção de tinta com curado UV (plataforma plana ou híbrida) e outros 18% estão planejando fazer investimentos em látex ou rotativas UV.

A produtividade é o critério dominante de compra, com 63% indicando a maior velocidade como a característica principal de uma impressora nova. O nível médio de investimento em cartazes e rotulação é 43% mais elevado que em 2015, com 144.600 euros.

TÊXTIL

A pesquisa Print Census 2018 foi feita para obter uma imagem mais detalhada do crescimento no seguimento têxtil. Entre os entrevistados foram incluídas as empresas de serigrafia com foco nas aplicações têxteis, produtores têxteis especialistas e empresas de impressão direta no tecido.

Os produtos para roupa predominam em todas as



indústrias têxteis, sendo na roupa esportiva, nos têxteis para roupas e na produção de moda rápida os que encabeçam a lista de aplicações em crescimento.

A adoção da tecnologia digital têxtil é mais lenta em outros segmentos; em todos os segmentos relacionados com o têxtil a produção segue sendo dominada por processos analógicos. Sem dúvida, entre os impressores com atividade centrada no têxtil, 56% tem feito investimentos no digital e 29% planeja fazer isso nos próximos dois anos, com a ideia de colher os benefícios que implica a comercialização de produtos mais rápido, coleções criativas personalizadas, o impacto positivo no meio ambiente graças à redução do consumo de água e energia.

A velocidade na produção é uma prioridade do investimento para 69% dos entrevistados têxteis, e 55% deseja poder imprimir diretamente nos materiais processados. Estes investimentos estão motivados pela demanda dos proprietários das marcas de uma produção sensível, ao mesmo tempo que oferece

melhoras na cadeia de abastecimento como a redução de resíduos, permita entregas locais, otimize os picos sazonais.

Os impressores têxteis e de serigrafia esperam que a contribuição do digital na impressão têxtil represente um aumento das entradas de 12% nos próximos dois anos.

DEMANDA E MEIO AMBIENTE

As perguntas da pesquisa Print Census 2018 aumentaram para obter informação atualizada acerca da importância de uma produção ecologicamente sustentável.

As respostas mostram que os investimentos no meio ambiente são fortemente influenciados pelas expectativas dos clientes com relação aos materiais e fabricação sustentável. 76% aponta que a demanda dos clientes pelos produtos responsáveis com o meio ambiente está dando forma à estratégia comercial, com mais de um em cada cinco indicando que se trata de uma influência importante. A resposta de 23% dos entrevistados foi utilizar equipamentos certificados como respeitosos com o meio ambien-

te ou energeticamente eficientes para satisfazer as demandas dos clientes; outras respostas incluem formação sobre sustentabilidade, uso de tintas sem compostos orgânicos voláteis (VOC), materiais recicláveis e programas de reciclagem ao final de sua vida útil.

72% dos fornecedores de serviços de impressão podem investir em sustentabilidade sem aumentar os preços, mantendo as vendas e a competitividade dos preços.

Na pesquisa participaram 1.405 pessoas, o que representa um aumento de 12% em relação à última pesquisa Print Celsus publicada em maio de 2015. Os entrevistados eram de 102 países, o que supõe um âmbito geográfico significativamente mais amplo que a pesquisa de 2015 (+59%); os dados foram recolhidos ao longo de 2017 em diversos eventos da FESPA e com membros da Associação na Europa, Eurásia, México, Brasil, Tailândia e África do Sul.

A última pesquisa Print Celsus coletou dados de uma variada gama de empresas de impressão que definem o foco de seu negócio como: impressão digital (17%), serigrafia (15%), cartazes e rotulação (10%), impressão têxtil e direta no tecido (10%), impressão comercial e reprografia (13%), artes gráficas e aplicações criativas (11%), embalagens (4%).

Toda a indústria gráfica europeia para você



www.eurographicpress.com

A Eurographic Press é a única associação que reúne as 13 revistas especializadas na indústria gráfica



A impressão alça vôo na Fespa Global Print Expo 2018

FESPA Global Print Expo 2018, a maior feira da Europa para a impressão serigráfica, têxtil e digital de grande formato e rotulação abriu suas portas dia 15 de maio passado, em Messe Berlin, Alemanha, um local com dez pavilhões e com uma duração de quatro dias.

Milhares de fornecedores de serviços de impressão (PSP) e fabricantes de rótulos visitaram Messe Berlin para explorar os 700 stands de expositores, um número significativo nos quais foram apresentados novos produtos das últimas inovações em equipamentos, software, tintas e suportes para impressão serigráfica, têxtil e digital de grande formato e rotulação. Os visitantes puderam acessar à feira associada European Sign Expo de rotulação na imprensa, que



contou com 117 expositores que apresentaram ferramentas e soluções mais recentes para letras tridimensionais, neon, LED, rotulação dimensional, expositores iluminados, gravado e marcado.

Printeriors, uma inspiradora coleção de aplicações de projetos de interiores impressos; Print Make Wear, um espaço de produção iterativo ao vivo que fez a réplica

de uma fábrica de produção de moda rápida; a Digital Corrugated Experience, que apresentou as vantagens comerciais e de produção da impressão digital para embalagens de papelão ondulado e expositores para comércios; a competição da decoração de veículos World Wrap Masters; os seminários de formação gratuitos que se aprofundaram nas tendên-

cias do crescimento do mercado de impressão em grande formato e o ambiente do Trend Theatre completaram a extensa oferta da edição da FESPA 2018.

Além disso, os vencedores dos Prêmios 2018 da FESPA foram anunciados no jantar de gala, que aconteceu no Classic Remise em 16 de maio, durante a FESPA Global Print Expo 2018.

Presença Record na Fespa Global Print Expo 2018

FESPA Global Print Expo 2018 (Messe Berlin, de 15 a 18 de maio) firmou sua posição como o evento de referência mundial para impressores especializados, com um comparecimento record de mais de 20.000 visitantes individuais procedentes de 142 países. 20.442 visitantes foram à FESPA e à European Sign Expo 2018, que compartilharam o evento, o que representa um aumento de 22% no número de visitantes individuais em relação à edição anterior.

Dois terços dos visitantes levaram mais de um dia para visitar as dez salas da exposição e aproveitar o conteúdo dos programas, que incluiu a European Sign Expo, a FESPA Trend Theater, uma ampliação da Printeriors, a nova zona Print Make Wear e a primeira experiência Digital Corrugated para embalagens e pontos de venda. Estas visitas somaram um total de 33.799. Alemanha proporcionou a maior porcentagem de visitantes em geral, com 26%. Depois da Alemanha, os primeiros dez países em termos de visitantes foram: Reino Unido, Polônia, Itália, Países Baixos, Espanha, França, República Checa, Suíça, Bélgica e Suécia.

A área de interesse dominante para os 44% dos visitantes foi a da impressão digital. A cobertura da FESPA nas inovações na impressão têxtil se refletiu no feito de que um em cada três visitantes mostrou interesse na impressão têxtil e de tecidos. A impressão por sublimação e a impressão industrial também foram destaque entre as preferências dos vi-

Madrid será a sede da Fespa Global Print Expo 2020

O evento FESPA Global Print Expo retornará à Espanha em 2020, em Madrid, entre 24 e 27 de março de 2020, datas já confirmadas. O evento será no recinto da Feira de Madrid, cujo tema será a impressão têxtil, digital e serigrafia, compartilhando espaço com o evento European Sign Expo.

Roz Guarnori, diretora das exposições da FESPA comenta: "Depois de três anos consecutivos na Alemanha, temos uma grande expectativa de regressar em 2020 a uma cidade anfitriã do Sul da Europa. Quando sondamos expositores e visitantes de quais seriam as suas cidades preferidas para um evento FESPA, Madrid foi eleita a favorita. Este entusiasmo pela cidade anfitriã junto ao êxito do evento FESPA Digital celebrado em Barcelona em 2012, nos dá a confiança de que podemos oferecer um evento atrativo na Espanha em 2020".*

A importância de se escolher bem a tinta

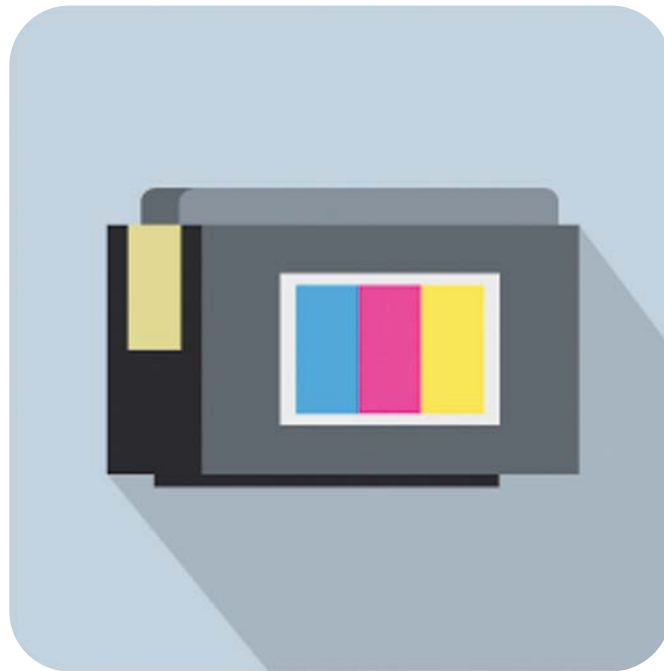
Por: Sawgrass

Nem todas as tintas de sublimação são criadas da mesma maneira, o mesmo ocorre com as impressoras e programas de software que são projetados pensando na tinta da sublimação. Ao longo dos anos, os decoradores de produtos tem sofrido todo tipo de problemas com as tintas de sublimação, desde uma impressão incorreta de vermelhos e negros até obstruções nas bocas e avarias dos cabeçotes. A causa inicial destes problemas pode estar na qualidade da tinta. Neste artigo, analisaremos porque a qualidade da tinta é crucial para a produção.

A RELAÇÃO ENTRE A TINTA DE SUBLIMAÇÃO E AS IMPRESSORAS

A tinta de sublimação não é uma tinta no sentido tradicional. A tinta tradicional contém determinados pigmentos para se obter a cor desejada. Já a tinta de sublimação contém pigmentos sólidos suspensos em um líquido portador. Isso dá à tinta de sublimação uma grande viscosidade; por isso, as impressoras que foram projetadas para o uso com tintas de pigmentos tradicionais ou tintas de oficina apresentam dificuldades quando a tinta de sublimação passa através dos bicos e dos cabeçotes.

Uma das razões de o Sistema Virtuoso para a decoração de produtos em alta definição ter-se convertido na solução líder da impressão de sublimação de alta qualidade, está no feito de que as impressoras de escritório Virtuoso são as únicas projetadas para fun-



cionar com formulação de tintas de sublimação.

Todas as demais combinações das tintas e impressoras são consideradas pós-venda, já que as impressoras são fabricadas para uso no escritório com tintas de pigmento. As tintas de sublimação empregadas nestas impressoras de escritório não tem necessariamente a

formulação que deve ser empregada nas referidas impressoras.

Inclusive, se for alterada a formulação da tinta de sublimação para uma determinada impressora de escritório, essa modificação é feita para que a tinta funcione com a máquina existente; sem dúvida, o resultado é que, frequentemente, a impressora

estraga ao utilizar uma tinta de sublimação de alta viscosidade.

SISTEMAS FECHADOS VERSUS SISTEMAS ABERTOS

Se as micro bolhas de ar, os contaminantes, o pó e outras partículas entrarem no sistema interno de dispersão de uma impressora através da tinta, é muito provável que os componentes sofram danos irreparáveis. Ainda que a qualidade inerente de algumas fórmulas de tintas pós-venda possa provocar a entrada destes contaminantes no sistema, a escolha de um sistema fechado de tinta reduz enormemente a possibilidade de que seu ambiente de produção seja outra fonte de problemas.

Um sistema fechado utiliza cartuchos pré-carregados em vez de cartuchos recarregáveis ou de um sistema de tinta a granel com recipientes abertos. Os cartuchos de tinta fechados são recipientes de um só uso que são carregados por profissionais para impedir a entrada de ar ou de contaminantes na tinta.

O interior de um cartucho pré-carregado tem uma bolsa vazia que contém tinta, que se expande quando se acrescenta a tinta e se fecha hermeticamente quando a carga termina para garantir a integridade dos sistema. Este processo garante a uniformidade da qualidade da tinta utilizada com os padrões do fabricante e reduz as possibilidades de danos na impressora durante o processo de impressão.

Os cartuchos de tinta recarregáveis utilizam tintas envasadas em garrafas ou em recipientes de grande volume.

Pode parecer que isso tem um grande valor, mas se a recarga da tinta for feita incorretamente, pode entrar contaminantes ou micro bolhas de ar no sistema de abastecimento de tinta da impressora e provocar problemas com a qualidade do suprimento. Num cenário mais negativo, a recarga inadequada dos cartuchos de tinta pode estragar o cabeçote de impressão e o sistema de abastecimento de tinta.

Os cartuchos novos recarregáveis devem passar por um processo de limpeza profunda e secar durante a noite antes da instalação; um processo que deve ser repetido a cada seis meses. Se não for feito, a impressora poderá estragar muito cedo. O tempo empregado na recarga dos sistemas abertos deve ser seguido de uma parada na produção. Esse tempo implica na perda de rentabilidade. Além disso, dado que o processo de recarga e limpeza pode ser lento e complexo, à vezes leva-se mais tempo que o previsto na troca da tinta.

Com um sistema fechado somente se leva alguns segundos para mudar um cartucho.

A QUALIDADE CONTA

As tintas de sublimação devem ser fabricadas levando em conta uma determinada impressora. Nem todas as impressoras de injeção eletrônica de tinta são capazes de processar a tinta de sublimação. Por exemplo, alguns cabeçotes de impressão empregam calor, o que pode provocar uma gaseificação prematura nos pigmentos sólidos da tinta. Além disso, os jatos do cabeçote, os sistemas de



pressão e os tubos internos deve ser capazes de manejar as tintas sem que sua composição se deteriore neste processo.

Sawgrass tem mais de 25 anos de experiência no desenvolvimento e na verificação de formulações precisas de tintas de sublimação adequadas a impressoras concretas. Estas tintas são fabricadas com materiais de alta qualidade para obter resultados impressos específicos. As tintas Sublijet-HD Pro Photo, por exemplo, oferecem impressões com os tons de pele sutis, negros neutros e transições suaves que os grandes fotógrafos e os impressores de obras artísticas necessitam para maior valorização dos seus trabalhos.

A equipe de desenvolvimento dos produtos da Saw-

grass não somente trabalha continuamente no desenvolvimento de novas formulações adequadas às necessidades dos clientes, como também estão sempre ajustando as formulações existentes para oferecer impressões de alta qualidade com as impressoras Virtuoso. E mais, a precisão dos processos de fabricação da Sawgrass permite recarregar os cartuchos para garantir a ausência de contaminantes, impurezas ou micro bolhas de ar que podem afetar a reprodução da cor e os componentes da impressora.

O software para a gestão da cor e da impressão da Sawgrass foi projetado também para reunir a formulação da tinta à tecnologia específica da impressora e os vários tipos de papel e

substratos para gerar cores mais precisas.

Graças a alta qualidade das tintas da Sawgrass os clientes sabem que podem confiar em seu sistema Virtuoso para entregar o que necessitam e quando necessitam.

Os fabricantes de tintas a granel e pós-venda não podem afirmar o mesmo que a Sawgrass. As práticas de fabricação de outras formulações de tintas podem introduzir impurezas ou contaminantes, não apresenta um adequado equilíbrio dos componentes que possa oferecer as cores desejadas ou reduzem a qualidade da tinta empregada na impressora.

As tintas pós-venda saturam as impressões com estas tintas com o objetivo de gerar cores mais intensas, o que provoca perdas importantes e uma redução nos detalhes das imagens. Se um fabricante oferece ferramentas para a gestão da cor, estas vem em forma de perfis ICC, que não levam em conta a impressora, os substratos nem o papel, elementos importantes na hora de formular a reprodução da cor.

A final, a qualidade da tinta que for escolhida tem um enorme impacto na eficiência de sua produção, tanto se o processo estraga ou não a impressora e se determinará se as cores resultantes são as esperadas. Dado o risco que apresentam as tintas de menor qualidade, pode-se permitir o luxo de não usar uma tinta de alta qualidade? Depois de tudo, quando falamos de sublimação, cada um obtém os resultados pelos quais paga está disposto a pagar.



5.º relatório drupa Global Trends Síntese de 2018

Bem-vindo à síntese deste nosso 5º relatório drupa Global Trends, onde são analisados os principais desenvolvimentos económicos e de mercado na generalidade da indústria de impressão. A versão integral do relatório é disponibilizada gratuitamente a todos os participantes no estudo, sendo que as outras pessoas podem efetuar a compra do mesmo em www.drupa.com. O estudo realizado em novembro de 2017 teve quase mil participantes, com uma boa representatividade por parte da maioria dos setores de mercado e regiões. É a eles que agradecemos em primeiro lugar por participarem.

Todos os outonos fazemos circular dois inquéritos em separado para gráficas e fornecedores, onde são partilhadas algumas perguntas mas que incluem igualmente outras perguntas mais específicas e relevantes para cada grupo. Participaram 708 gráficas e, apesar de uma maioria ser da Europa (421),

o resto do mundo estava bem representado em todas as regiões (287).

Tendo em conta o número mais pequeno de fornecedores, foi com satisfação que recebemos respostas de 234, sendo que 160 eram provenientes da Europa, mas mais uma vez as restantes regiões estiveram bem representadas.

Este é um relatório mais encorajador desde que começámos a publicar este estudo anual em 2013 para a maioria das gráficas e fornecedores na maioria dos mercados e regiões. Reflete a lenta mas estável recuperação económica global da recessão de 2008, bem como a maior confiança demonstrada por muitos dos intervenientes no setor da impressão relativamente à forma como podem explorar melhor a inovação tecnológica e a integração das comunicações digitais.

Uma característica única dos relatórios drupa Trends é o seu painel especializado de caráter global, recrutado em todo o mundo entre os visitantes da drupa. Através da publicação anual deste estudo global, podemos acompanhar as principais tendências de mercado, regionais e tecnológicas ao longo do tempo. No entanto, mesmo

com um estudo moroso não nos é possível corresponder ao nível de detalhe que nos é solicitado todos os anos - as pessoas atarefadas simplesmente não têm tempo para isso. Por isso, a partir de este ano acrescentámos um estudo adicional opcional que nos permite analisar de forma mais detalhada um tópico em voga. Este ano, as atenções estão viradas para a impressão de jato de tinta, talvez o desenvolvimento tecnológico determinante no setor da impressão nos últimos anos, com publicação prevista em maio de 2018.

A Messe Düsseldorf, no exercício das suas funções de organizador da drupa, agradece à Printfuture (Reino Unido) e à Wissler & Partner (Suíça) pela realização desta série de relatórios. Estamos confiantes que o respetivo relatório e anexo Spotlight serão de grande utilidade para si. Seria para nós um prazer receber os seus comentários, por isso envie-nos um email para o endereço:

drupa-expert-panel@drupa.de

A equipa drupa Abril de 2018

5º relatório drupa Global Trends 2018 - Síntese

Os melhores resultados globais para a impressão desde 2013

De um modo geral, as gráficas

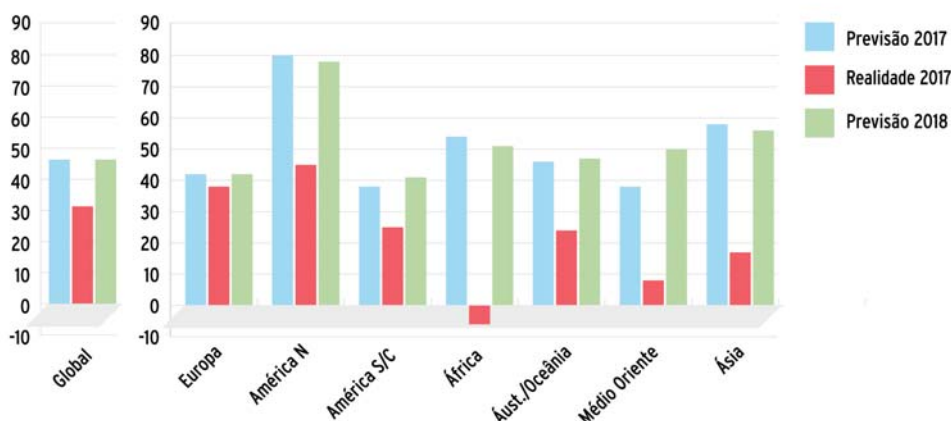
revelam uma crescente confiança nos respetivos planos para o futuro, com os seus fornecedores a de-

monstrarem índices de confiança ainda maiores. Essa é a tendência mais evidente nos resultados dos relatórios

drupa Global Trends ao longo dos últimos quatro anos. Apresentamos um resumo dos resultados nos Barómetros drupa da confiança económica. Em 2017, 40% das gráficas descreveram a sua empresa como estando numa "boa" situação financeira e 9% reportaram um estado "fraco" (o balanço foi "satisfatório"). Isto resulta num balanço líquido positivo de 31%, sendo esse balanço líquido (mais ou menos) que nós apresentamos no gráfico seguinte e que é a % do balanço líquido que é usado em muitos dos gráficos subsequentes.¹

Barómetro de gráficas drupa 2018 - confiança económica

% de balanço líquido positivo vs negativo



Como classifica a atual situação económica da sua empresa? Quais são as suas expectativas relativamente à situação económica da sua empresa para os próximos 12 meses?

Poderá constatar que, muito frequentemente, as previsões das gráficas para o ano seguinte se revelam muito otimistas relativamente aos desempenhos reais, pelo que o resultado atual para 2017 é mais baixo que o previsto no ano anterior. No entanto, é um cenário positivo para a maioria das regiões, com África e o Médio Oriente a apresentarem-se como as exceções claras, apesar de, mesmo aí, as previsões permanecerem otimistas.

É particularmente muito útil acompanhar a confiança económica ao longo do tempo e podemos constatar nos gráficos incluídos na Infogra-

fia 1 que a América do Norte se destaca como consistentemente mais forte que o resto do mundo, mas a Europa cresce de forma estável enquanto África e o Médio Oriente apresentam um declínio.

No que diz respeito aos setores de mercado, tal como em relatórios anteriores, usamos quatro categorias abrangentes: Comercial, Edição, Embalagem e Funcional.² As gráficas de embalagens têm vindo a aumentar continuamente os seus níveis de confiança; tal como as gráficas funcionais até este ano, quando ocorreu uma desconcertante perda de confiança

(acompanhada por uma queda semelhante comunicada pelos seus fornecedores). As gráficas do setor Comercial e Edição também têm vindo continuamente a aumentar a confiança, apesar de existir uma perda clara da dinâmica entre as gráficas de Edição este ano.

No entanto, esta história positiva para a maioria das gráficas não representa nada quando comparada com o crescimento imparável dos níveis de confiança entre os fornecedores, que desde 2014 têm vindo a aumentar consistentemente, ano após ano,

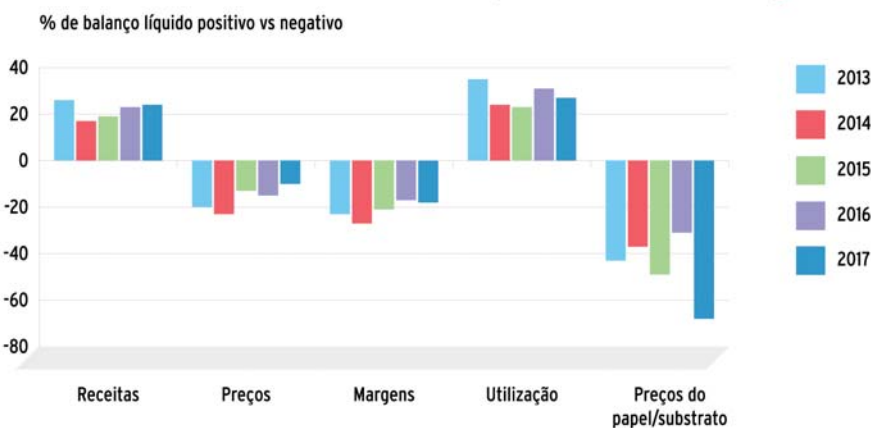
o balanço líquido positivo -

18% em 2014, 25% em 2015, 34% em 2016 e 53% em 2017. E este otimismo está patente mesmo nas regiões que passam maiores dificuldades, como África e o Médio Oriente. A história positiva generalizada para os fornecedores refletiu-se num aumento nas vendas de equipamento nuclear/software/materiais (balanço líquido de +29%). Na verdade, os fluxos de vendas apresentaram o melhor balanço líquido positivo de sempre.

1. Pode consultar no Anexo do relatório integral os números de gráficas e fornecedores participantes por setor de mercado e região.

2. Estes mercados estão definidos no Glossário no final da síntese.

Barómetro de fornecedores drupa 2018 - confiança económica



Como classifica a atual situação económica da sua empresa? Quais são as suas expectativas relativamente à situação económica da sua empresa para os próximos 12 meses?

Não deixe que esta história positiva esconda as comple-

xas pressões financeiras a que as gráficas e os fornece-

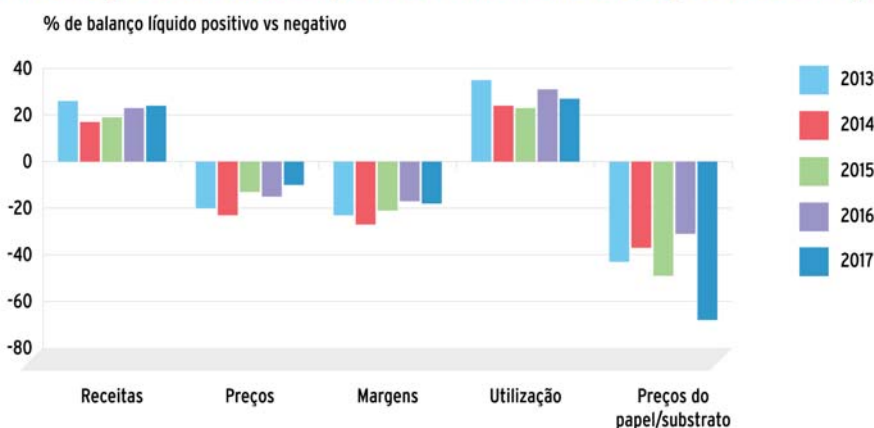
dores são sujeitos. Os preços em queda e a redução das

margens têm sido o padrão desde que

o estudo foi iniciado em 2013. As gráficas respondem com um aumento da utilização e, conseqüentemente, das receitas, ao mesmo tempo que tentam manter as despesas gerais o mais estáveis possível. Mas, de certa forma, o cenário tem vindo a aligeirar-se ao longo do tempo, com o aumento generalizado no preço do papel/substrato este ano a não afetar muito significativamente as margens.¹

¹ O aumento no preço do papel é analisado a partir da perspectiva de uma gráfica, pelo que um balanço líquido negativo são más notícias.

Avaliações do desempenho financeiro das gráficas no global

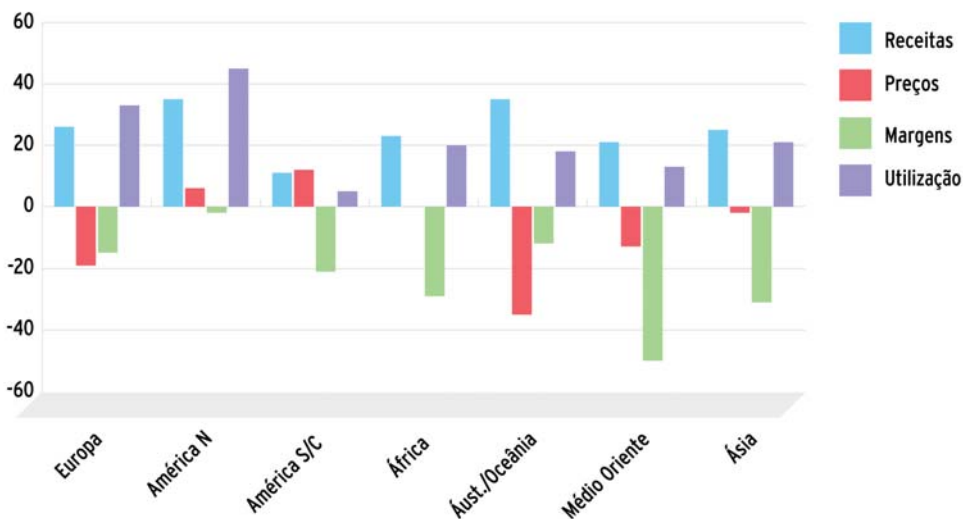


As receitas, os preços, as margens, a utilização e os preços do papel/substrato da sua empresa sofreram alterações ao longo dos últimos 12 meses?

Regionalmente, o cenário é mais complexo. As gráficas na América do Norte e América do Sul/ Central reportaram um balanço líquido positivo sobre os preços, enquanto o Médio Oriente reportou uma queda significativa nas margens. Para os fornecedores, as pressões sobre os preços e as margens foram mais desafiantes no Médio Oriente e na Austrália/Oceânia e particularmente graves na América do Sul/Central.

Avaliações financeiras das gráficas por região 2017

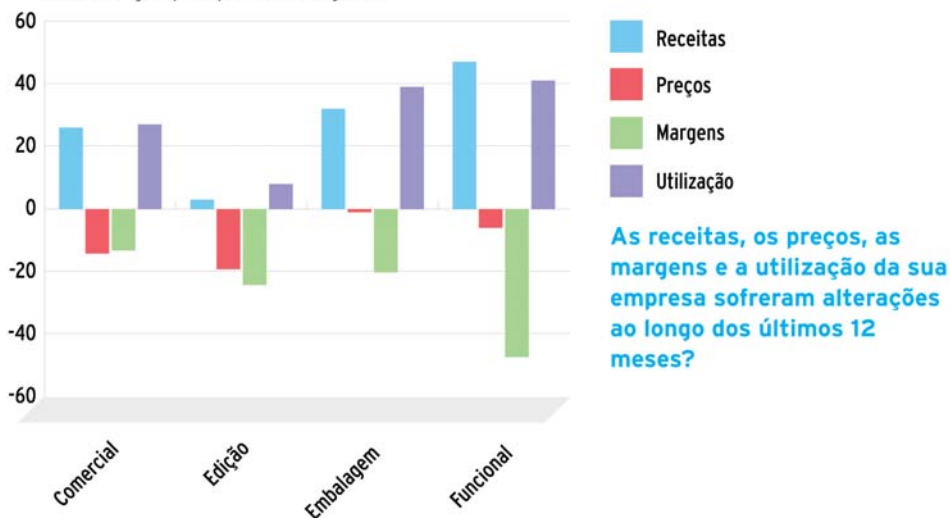
% de balanço líquido positivo vs negativo



As receitas, os preços, as margens e a utilização da sua empresa sofreram alterações ao longo dos últimos 12 meses?

Medidas do desempenho global das gráficas por mercado

% de balanço líquido positivo vs negativo



As receitas, os preços, as margens e a utilização da sua empresa sofreram alterações ao longo dos últimos 12 meses?

Num reflexo das condições económicas globais generalizadamente positivas reportadas no Resumo económico drupa do presente ano, tanto as gráficas como os fornecedores comunicaram um alívio nas condições financeiras, como por exemplo no acesso ao crédito e no custo do mesmo, apesar de ambos comunicarem um agravamento da situação para os devedores.

Existe uma variedade impressionante nos processos de impressão usados¹ e a impressão digital continua em expansão. 65% das gráficas inquiridas possuem offset folha-a-folha nas suas instalações, 47% folha solta de toner digital a cores, 29% folha solta de toner digital monocromática, 24% jato de tinta digital de grande formato (folha solta e alimentação a rolo) e 20% flexografia. No que diz

respeito ao crescimento no volume, a folha solta de toner digital a cores apresenta um balanço líquido positivo de 23%², o grande formato de 12% e tanto a flexografia como o offset folha-a-folha 10%.

Para a impressão convencional, ou seja não digital, as tiragens e os prazos de produção diminuem consistentemente ano após ano, ao mesmo tempo que o número de trabalhos aumenta. O padrão

As gráficas no setor da embalagem são as que apresentam melhores resultados entre todos os setores de mercado, com os preços a manterem-se quase estáveis. Verificou-se uma redução surpresa nas margens entre as gráficas no setor Funcional

mantém-se para a impressão digital com uma exceção importante - as tiragens estão a aumentar.

A proporção das receitas totais resultantes da impressão digital está a crescer lentamente, com 23% do painel a afirmar que mais de 25% das receitas era digital em 2013, até 30% em 2017.

As gráficas funcionais são agora maioritariamente digitais, com 60% a apresentarem a solução digital como representativa de mais de 50% das receitas. 42% das gráficas comerciais indicam que mais de 25% das receitas são provenientes da vertente digital, 21% das gráficas de edição fazem o mesmo, mas a percentagem é de apenas 12% entre as gráficas de embalagens.

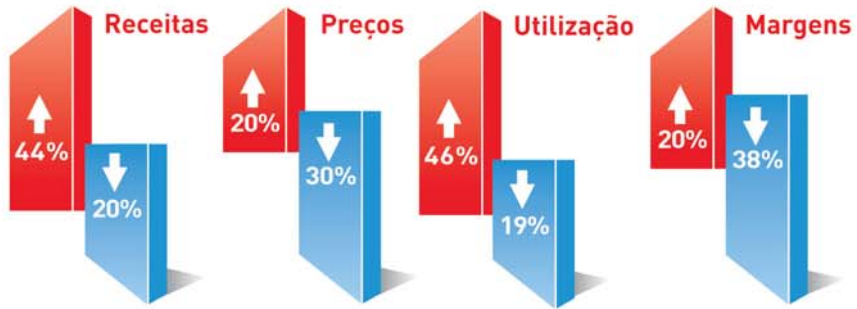
Apesar da atenção que recai sobre o comércio eletrónico em termos gerais, apenas 27% de todas as gráficas no painel explora uma instalação de "web-to-print"/loja, um aumento de apenas 2% relativamente a 2014. Para as gráficas funcionais constitui uma importante fonte de encomendas, com uma relevância mais pequena para os outros setores, com um impacto mínimo na embalagem.

1. As definições dos processos de impressão são fornecidas no Glossário no final da síntese.

2. Para clarificar, um balanço líquido de +23% significa que se verificou que 23% mais inquiridos indicaram um aumento no volume comparativamente aos que indicaram uma quebra nos volumes (não são contabilizados os que não comunicaram alterações).

Principal avaliação do desempenho financeiro das gráficas

■ Crescimento comunicado
■ Quebra comunicada



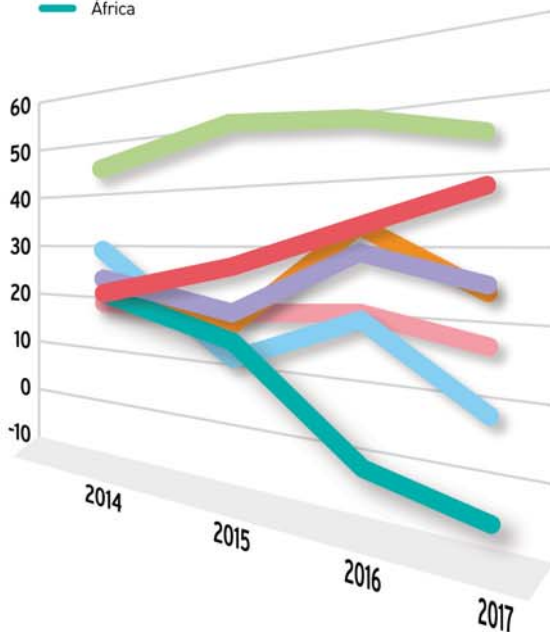
Principal avaliação do desempenho financeiro dos fornecedores

■ Crescimento comunicado
■ Quebra comunicada

Confiança económica das gráficas por região ao longo do tempo

% de balanço líquido positivo vs negativo

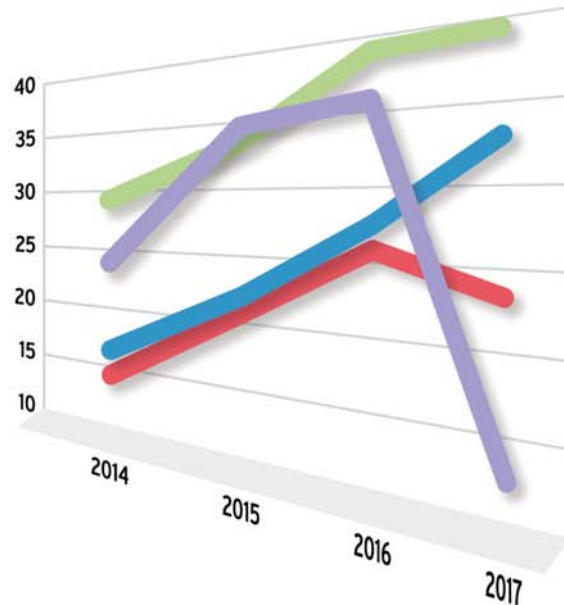
Europa, Áust./Oceânia, América N, Médio Oriente, América S/C, Ásia, África



Confiança económica do setor de mercado global ao longo do tempo para as gráficas

% de balanço líquido positivo vs negativo

Comercial, Edição, Embalagem, Funcional



Investimento de capital

Refletindo o aumento da confiança entre o painel especializado drupa em geral, o investimento de capital continua a crescer entre as gráficas e os fornecedores. A nível global, mais 33% de gráficas reportou um aumento nos gastos comparativamente às que comunicaram uma redução, com a América do Norte a apresentar os resultados mais positivos de +51% e a Austrália/Oceânia a apresentar-se como a região com valores mais baixos, de +18%. Foi sem surpresa que as gráficas no setor Embalagem apresentaram o maior balanço líquido positivo de +45%, no setor Funcional com +42%, no setor Comercial com +30% e no setor Edição com +20%. O acabamento representa o foco de investimento mais popular pelo segundo ano consecutivo, seguido pela tecnologia de impressão e, depois, a pré-impressão/ fluxo de trabalho/ MIS.

Os planos de investimento na impressão em 2018 dependem do setor de mercado, com a flexografia a apresentar-se como a escolha mais popular na Embalagem, seguida pelo offset folha-a-folha. No setor Comercial, é a folha solta de toner digital a cores que lidera, seguida de perto pelo offset folhaa-folha e o jato de tinta digital de grande formato. Na Edição, é o offset folha-a-folha que lidera, com a folha solta de toner digital a cores a ocupar o segundo lugar. No que diz respeito ao setor Funcional, é a folha solta de toner digital a cores que lidera e o jato de tinta de grande formato ocupa o segundo lugar.

Tendo em conta a confiança económica bastante positiva demonstrada pelos

fornecedores, é sem surpresa que se comunica que continuam a investir de forma consistente, com um balanço líquido positivo global de 18% no investimento de capital, que abrange desde os +41% na América do Norte até aos +8% em África. O foco mais comum é a construção de novos canais de vendas. Ano após ano os fornecedores comunicam gastos cada vez maiores em marketing, com um aumento substancial no balanço líquido positivo de +26% em 2014 para +39% em 2017. A formação no produto e os conteúdos/ educação em linha são as ferramentas mais populares para o crescimento.

Tal como no ano passado, foi comunicada uma falta de procura, que resultou numa concorrência mais forte. Estas foram apresentadas como as principais limitações ao crescimento por parte das gráficas e dos fornecedores. As gráficas apostam numa redução do número de colaboradores e numa maior produtividade, associado à integração de sistemas que ajudam a conseguir uma maior rentabilidade, enquanto os fornecedores planejam o lançamento de novos produtos e novos canais de vendas como

o caminho preferencial para lucros mais altos. Foi perguntado aos fornecedores quais seriam as tendências tecnológicas com maior impacto negativo no setor da impressão no decorrer dos próximos 5 anos. A automatização e a troca de dados (a chamada 'Indústria 4.0') foram as mais populares, seguidas pela integração transversal com a impressão e o uso e gestão de grandes volumes de dados.

Tendências por setor mercado

85% das gráficas no setor

Comercial descrevem-se globalmente como a oferecerem uma "impressão comercial geral" com uma média de 1,8 mercados específicos adicionais. Mas estes números variam significativamente consoante a região. Por ex., 81% na América do Norte oferecem correio direto, mas esse valor é de 0% no Médio Oriente e de apenas 2% na América do Sul/Central. A impressão de dados variáveis é a mais-valia mais comum, seguida pelo design criativo e pelo stock, o armazenamento e o cumprimento.

As gráficas do setor da Edição são confrontadas, na maioria das regiões, com um declínio na procura de produtos nucleares e respondem com uma maior abrangência da sua gama de produtos. Assim, as gráficas de jornais oferecem revistas e catálogos, as gráficas de revistas oferecem catálogos e as gráficas de livros diversificam com a oferta da produção de livros digitais, tanto de pequenas tiragens como por encomenda, para complementarem a produção convencional. No entanto, o impacto dos meios digitais nos negócios existentes continua modesto, com poucos a apresentarem números significativos de perdas de títulos para as edições exclusivamente online.

De um modo geral, as gráficas de embalagens encontram-se a usufruir de bons níveis de procura, pelo que a pressão no sentido da diversificação é menor - apenas 1,8 aplicações por empresa. No que diz respeito à impressão digital, o número de empresas a oferecerem este produto continua a crescer globalmente de 24% em 2013 para 35% em 2017. 18% das gráficas de etiquetas e rótulos indicam que mais de 10% das SKU são digitais, tal como fazem

15% das gráficas de cartão e 13% das gráficas de embalagens flexíveis. Por outro lado, existe um pequeno crescimento nas SKU de valor acrescentado (por e., dados variáveis), com um ganho normal de apenas mais 2% de gráficas a indicarem qualquer impacto adicional ao longo de cinco anos.

A nossa amostra de impressoras no setor Funcional tem principalmente diversificado para a impressão funcional de outros setores de mercado; e estas continuam a reportar uma proporção significativa da receita noutros setores. Nos mercados funcionais, o jato de tinta digital tornou-se no processo dominante (65% utilizam-no) enquanto a serigrafia/tampografia tem vindo a diminuir (até 24%).

Conclusão

Este é o relatório drupa Global Trends mais positivo de sempre. Tanto as gráficas como os fornecedores são otimistas nas suas previsões. O fato da economia global estar em alta, como comunicado no Resumo económico que acompanha o relatório principal, é certamente a causa fundamental deste otimismo.

Entretanto, os meios digitais e as comunicações continuam o caminho de expansão e integração. No entanto, em vez de serem vistas como uma ameaça para a futura existência da impressão, as gráficas e os fornecedores estão cada vez mais a encontrar novas formas de explorar estas tecnologias novas e envolventes, de formas que posicionam a impressão como uma ferramenta central para os consumidores.

Assim, os livros em formato eletrónico são vistos como um complemento dos livros

impressos, não um substituto. Os e-mails e os meios de comunicação social são tão universais e impressionantes para muitos consumidores que as comunicações impressas

são cada vez mais valorizadas, em especial quando integradas nas comunicações digitais. A embalagem prospera, com as SKU digitais cada vez mais implementadas nas

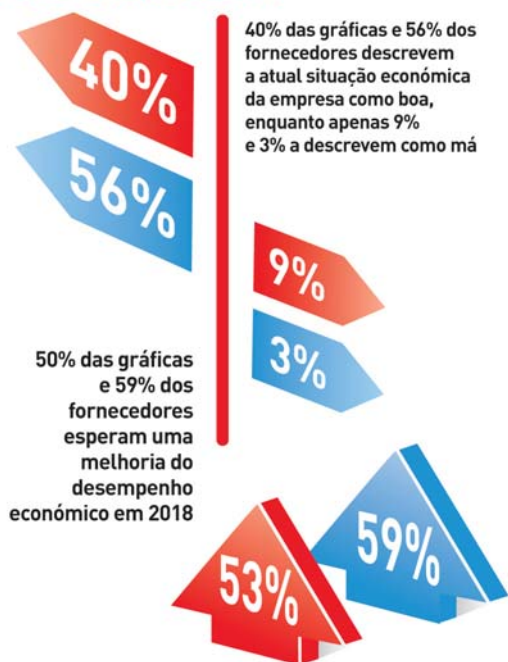
propostas para os donos das marcas. E a impressão funcional está continuamente a encontrar novas formas da impressão suportar os estilos de vida do consumidor.

O que não quer dizer que existe um otimismo universal. Muitos mercados de impressão geral encontram-se sob pressão; por ex., os mercados da edição na maioria

das regiões são desafiantes. Regionalmente, o cenário também é fragmentado. Por ex., a Europa está cada vez mais forte e a América do Norte está a perder terreno, mas o Médio Oriente e África passam por dificuldades e a América do Sul/Central estão frágeis.

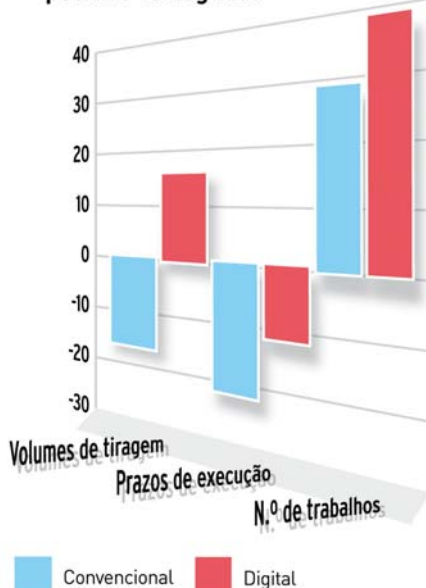
A inovação, ou seja, a exploração de novas tecnologias, é o segredo e reflete-se nos planos de investimento positivo comunicados pelo painel drupa. Uma das maiores oportunidades encontra-se na impressão de jato de tinta, sendo este o tópico do nosso primeiro relatório Spotlight, a ser editado em separado deste relatório.

Qual é o desempenho das empresas?



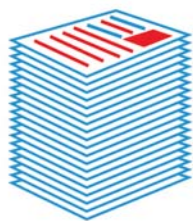
Mudança na combinação de trabalho em 2017

% de balanço líquido positivo vs negativo



Dois principais planos de investimento em tecnologia de impressão

Comercial



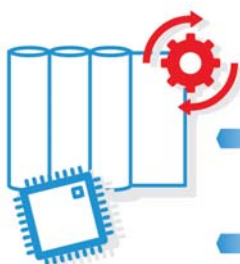
- Folha solta de toner digital a cores: 26%
- Offset folha-a-folha: 22%

Embalagem



- Flexografia: 31%
- Offset folha-a-folha: 28%

Funcional



- Alimentação de rolo de jato de tinta digital a cores: 38%
- Jato de tinta digital de grande formato: 31%

Edição



- Offset folha-a-folha: 32%
- Folha solta de toner digital a cores: 25%

Glossário

| | |
|---|--|
| Setor de mercado Comercial | Impressão geral, correio direto, formulários comerciais, segurança, grande formato (meios rígidos e flexíveis), produtos fotográficos, transacionais, acabamento para trabalhos comerciais |
| Setor de mercado Edição | Jornais, revistas, catálogos e livros (convencional, pequena tiragem e por encomenda), acabamento comercial para publicações |
| Setor de mercado Embalagem | Rótulos, cartão, embalagem flexível, canelados, produtos rígidos, pontos de venda/pontos de compra/faixas |
| Setor de mercado Funcional | Trabalho industrial/decorativo - têxteis, revestimentos murais, outra impressão decorativa, cerâmica, produtos eletrônicos impressos, 3D |
| Folha solta de toner digital monocromática | Máquinas de eletrofotografia de cor única (utilização de toners secos ou líquidos), com fornecimento de papel folha-a-folha |
| Folha solta de toner digital a cores | Máquinas de eletrofotografia de várias cores (utilização de toners secos ou líquidos), com fornecimento de papel folha-a-folha |
| Alimentação de rolo de toner digital monocromática | Máquinas de eletrofotografia de cor única (utilização de toners secos ou líquidos), com fornecimento de papel por rolo |
| Alimentação de rolo de toner digital a cores | Máquinas de eletrofotografia de várias cores (utilização de toners secos ou líquidos), com fornecimento de papel por rolo |
| Alimentação de rolo de jato de tinta digital monocromática | Máquinas de jato de tinta monocromáticas e a cores com alimentação de papel por rolo. A categoria inclui todos os formatos. |
| Alimentação de rolo de jato de tinta digital a cores | Máquinas de jato de tinta de várias cores com alimentação de papel por rolo. |
| Folha solta de jato de tinta digital monocromática | Máquina de jato de tinta de cor única com alimentação de papel folha-a-folha. |
| Folha solta de jato de tinta digital a cores | Máquinas de jato de tinta de várias cores com alimentação de papel folha-a-folha. |
| Jato de tinta digital de grande formato | Máquinas de jato de tinta a cores de grande formato, com alimentação de folha solta ou por rolo |
| Térmica | Impressão digital que utiliza papel termocrômico revestido ou uma banda de transferência térmica |
| Offset/flexografia/digital híbrida | Múltiplos processos de impressão incluídos na mesma máquina |

Crescimento da impressão têxtil

Serigrafia SIGN FutureTEXTIL

A procura pela impressão digital na indústria têxtil nacional vem crescendo consideravelmente nos últimos anos e esta evolução ocorre por causa de dois importantes fatores: o Brasil ser o sexto maior parque têxtil no mundo - com a produção anual de aproximadamente 5,4 bilhões de peças de vestuário, tornando-se referência mundial em beachwear, jeanswear e homewear e em outros segmentos que também vêm ganhando mercado - e também devido a mudança do perfil do consumidor que busca cada vez mais por peças únicas e exclusivas. Para atender este movimento pujante do mercado da moda personalizada, as fabricantes buscam por equipamentos de impressão digital que vêm ganhando mais espaço e novos mercados de atuação, fazendo com que se tornem mais imprescindíveis no dia a dia das confecções. Prova disso, é que nos últimos anos houve crescimento de 40% no volume de aquisições destas ferramentas.

O cenário dinâmico de crescimento e avanço da impressão digital será demonstrado durante a 28ª edição Serigrafia SIGN FutureTEXTIL, feira de impressão para os mercados de serigrafia, comunicação visual e têxtil, que acontece entre os dias 25 e 28 de julho, no Expo Center Norte, em São Paulo. "Serão exibidas diversas soluções abrangentes nesta área de impressão digital têxtil aos visitantes, podemos garantir que estarão expostos os produtos mais modernos do mercado", revela Liliane Bortoluci, diretora da feira.

Entre os equipamentos a serem demonstrados, vale destacar a linha industrial para impressão direta em tecidos recém-lançada pela Epson - um dos expositores do evento. "Este tipo de impressão direta em tecidos apresenta qualidade superior, além de agilidade na produção, criação de design sem limites, podendo ser aplicada a qualquer tipo de tecido", afirma Evelin Wanke, Sales Manager da Epson do Brasil. De acordo com a executiva, trata-se de uma solução com e apelo ambiental e que traz



mais rentabilidade para as empresas.

"O mercado brasileiro vem crescendo bastante na área da impressão digital e temos visto que não só o pequeno confeccionista ganha com o avanço das impressoras, mas também as grandes corporações que cada vez mais migram para esta tecnologia", afirma Evelin Wanke. Contudo, a executiva pondera que a realidade atual é que apenas 4% do setor têxtil nacional utiliza esta tecnologia digital: "Ainda temos muito para crescer".

Apesar de ainda ser uma tecnologia nova, tudo indica que o digital veio para ficar por causa dos benefícios como agilidade, limpeza no processo e até maior lucratividade. "Até cinco anos atrás essa tecnologia não existia, era tudo adaptado e por isso tinham muitos problemas, hoje as empresas já apresentam soluções completas focadas na pequena e média confecção e no industrial", finaliza Evelin.

INDÚSTRIA 4.0

Outra tendência muito discutida atualmente no setor têxtil é a implantação da indústria 4.0 para tornar a produção ainda mais eficiente, conectando e integrando pessoas que compõem o sistema produtivo, além de unir o consumidor e o processo com a cadeia de suprimentos. "Essa conexão entre os múltiplos públicos, gera customização em massa, integração de sistemas que reflete em maior agilidade, produtividade, redução de custos e conseqüentemente o aumento da competitividade global", comenta Liliane. De acordo com ela, é por causa deste contexto atual, que este será um dos temas a serem explorados durante a Se-

rigrafia SIGN FutureTEXTIL com a presença do SENAI CETIQT. Referência em educação, tecnologia e inovação para a indústria e para o mercado têxtil, está focado em se tornar o facilitador para as empresas se adaptarem a essa nova revolução industrial.

Representante do SENAI CETIQT estará presente Fórum Serigrafia SIGN FutureTEXTIL 2018 apresentando ações focadas na Indústria 4.0 como o incentivo aos empresários e profissionais do setor a desenvolverem projetos únicos que irão melhorar a qualidade dos produtos nacionais, reduzindo seus preços e garantindo uma concorrência justa com o mercado externo.

La Prensa Indústria Gráfica, Marketing e Gestão Documental.

Editora

ALBORUM, S.L.
Dr. Esquerdo, 105. 28007
Madrid (Espanha).
Telf.: +34 91 309 65 20.
www.alborum.com

Diretor

ENRIQUE NIETO DE LAS CUEVAS

Publicidade

Rosângela Pacheco
Telf.: (043) 99989-0847
laprensa@alborum.com
laprensabrasil@gmail.com

"Os textos desta revista foram escritos ao abrigo do novo Acordo Ortográfico"

• **La Prensa** da Indústria Gráfica, Marketing e Gestão Documental não é responsável pelas opiniões dos seus colaboradores, sendo o último responsável por elas.

• O conteúdo desta publicação não pode ser reproduzida sem a permissão por escrito do editor.



Você quer receber
La Prensa Edición Brasil
impreso em papel?

Preencher o siguiente formulario para subscrever Revista La Prensa (edição Brasil)

Pagamento Transferência
 Outro (Especifique como enviando un e-mail para laprensa@alborum.com)

Nome _____

Morada _____

Código Postal _____

Empresa _____

E-mail _____

**Seis
números
160 R\$**

Envie estos datos a La Prensa. Dr Esquerdo 105. 28007 Madrid(Espanha). o al email laprensa@alborum.com



MELHORES ROLOS = MELHOR IMPRESSÃO

- Rolos europeus de borracha original Westland com tecnologia Alemã.
- Homologados pelos principais fabricantes de máquinas.
- Continue com a qualidade dos rolos que são montados de origem na sua máquina.
- Maior duração em máquina e melhor resultado na impressão.

Contacte connosco por e-mail em: jorge@martinwestland.com
Telefone: + 351 916 478 524