

DOPAPEL

Comunicação Gráfica do Século XXI
Dezembro 2013 | Mensal | nº 316 | Ano 26

www.dopapel.com
Preço: 4€



Instantâneos
de 2013

A *brincar*, a brincar...

SOLUÇÕES DIVERTIDAS PARA COMUNICAR MELHOR



Material As nossas técnicas de acabamentos gráficos são aplicadas sobre os mais diversos papéis, cartões e cartolinas. O limite está na sua imaginação.

Instruções Utilize os nossos acabamentos isoladamente ou de forma combinada. Desdobre o mais possível as possibilidades que lhe podemos oferecer. O resultado final não passará despercebido e será surpreendente para todos.



Envernizamento Ultravioleta, S.A.

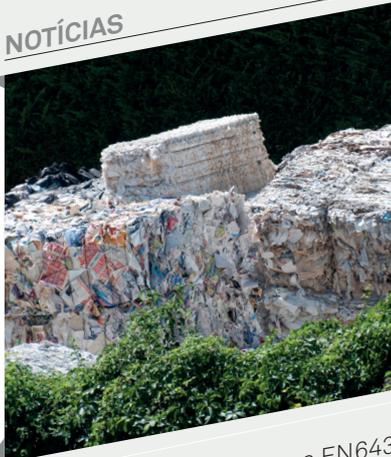
Estampagem
Envernizamento
Plastificação

EDITORIAL

NOTÍCIAS

4

6



CEPI lança guia para norma EN643

Portucel Soporcel reforça aposta exportadora

Mohawk expande distribuição em Itália

Hubergroup lança nova série de tintas UV

XMF Print Centre chega à versão 5

Flint Group expande gama para flexografia



RETROSPECTIVA

Instantâneos de 2013

Dezembro é a altura de reviver, analisar os factos e reter o que é importante para o ano que se segue. Recorde os instantâneos que constroem o álbum dos 12 meses de 2013



Fedrigoni premeia projectos em papel especial

Empresas portuguesas foram à Paperworld

Adestor ganha novo mostruário

Roland DG Iberia expande actividade

Lusoimpress: o salto para o digital!

Antalis lança serviço de consultoria

Inapa adquire Crediforma

Maior álbum fotográfico do mundo é português

Hubergroup lança CRSmax

Empresa húngara recebe Integro 300

Como rotulamos o futuro?

Fábrica de papel vai criar 184 postos de trabalho

Prado Digital para impressão com toner

Durst faz antevisão da Fespa

Pixartprinting aposta em impressão por módulos

Konica Minolta em mega campanha

Antalis amplia gama premium Olin e aposta no suporte magnético

Aprovado Plano de Recuperação da Lisgráfica

Lidergraf abre delegação em Lisboa



Inaset Challenge 2012: outro nome para o mesmo papel!

PaperTyger distribuído em Portugal

Fujifilm organiza seminário em Portugal

No rescaldo da Fespa 2013

A Ocyan e a visão desapaixonada do negócio

Müller Martini e a combinação de técnicas

Taxa de reciclagem aumenta 71,7% na Europa

Tradinveste ajuda Inapa em operação com Tradembal

Canon com novo serviço de orientação

Flint Group aposta na nyloflex

Esko revela nova Kongsberg

Epson lança máquina para têxtil

Labelexpo 2013: com os trunfos na mão!

Conhecer melhor a LouresGráfica

Exportações de papéis gráficos aumentam 3,6%

Heidelberg recebe 80 gráficos para os Label Days

Como o 3D pode imprimir saúde!

Fábrica da Altri passa a produzir pasta solúvel

Torraspapel amplia gama para packaging

A CGI e a aposta nas soluções multicanal



Obrigada!

O ano de 2013 ficou marcado por acontecimentos inolvidáveis em todo o mundo. Foi um ano particularmente difícil para Portugal também. Em Janeiro, ventos de 140 km/h deixaram vários desalojados em Portugal enquanto, nos E.U.A., Barack Obama tomou posse para um segundo mandato. Em Fevereiro, caiu um meteorito na Rússia que fez cerca de 1200 feridos e Bento XVI abdicou do papado. Já em Março, chegaram notícias da morte do icónico presidente venezuelano Hugo Chávez, assim como as da eleição do cardeal argentino para Papa, de seu nome Francisco. Em Abril, há um atentado terrorista em Boston, nos E.U.A., que resulta em três mortos e 176 feridos. No outro lado do Atlântico, em Inglaterra, a dama de ferro, Margaret Thatcher, parte deste mundo. Em Maio, os portugueses sofrem com a eliminação do Benfica da Liga Europa, frente ao Chelsea, e nos E.U.A., em Oklahoma, verifica-se um grande tornado que mata 51 pessoas e devasta a cidade. Junho traz um grande escândalo mundial com a denúncia de espionagem por parte dos E.U.A. a várias potências mundiais. Edward Snowden, ex-agente da CIA, é que denuncia a situação. É ainda o mês em que desaparece James Gandolfini, imortalizado na série The Sopranos, e em que se celebra o 60º aniversário da coroação de Elizabeth II, de Inglaterra. A dar início ao segundo semestre do ano, a Croácia entra na União Europeia e o presidente do Egipto, Mohamed Morsi, é deposto por um golpe de Estado. Em Portugal, há três

semanas de profunda crise política e de amuós partidários, que terminam com a nomeação de Paulo Portas para vice-primeiro ministro. Em Agosto, a Amazon compra o jornal Washington Post e o nosso país debate-se com vários incêndios florestais com pesadas baixas nas corporações de bombeiros. Em Setembro, a Microsoft anuncia a compra da Nokia e, no nosso país entra em vigor a lei das 40 horas de trabalho semanais para a função pública. Outubro fica marcado pela morte do intemporal Lou Reed e Novembro será recordado por um Tufão nas Filipinas que vitima milhares de pessoas e pelo apuramento de Portugal, frente à Suécia, para o mundial que vai decorrer no Brasil em 2014. Dezembro será sempre lembrado pelas cerimónias fúnebres de Nelson Mandela, que se despediu após uma vida de luta e uma doença prolongada. Assim passou 2013. Já no que respeita às artes gráficas, damos o devido destaque ao resumo do ano, mês após mês, nas páginas que se seguem. Numa nota pessoal, deixo aqui o nosso profundo agradecimento aos leitores que nos escolhem e que nos incentivam, diariamente, a fazer o nosso melhor. Assim como agradecemos aos poucos – mas essenciais – anunciantes que permitem que a doPAPEL ainda exista em suporte impresso. Afinal de contas, é das Artes Gráficas que todos vivemos. A todos um Feliz Natal!

Alice Machado
Directora

REVISTA MENSAL
DE COMUNICAÇÃO
GRÁFICA



Directora

Alice Machado
Redacção Lisboa
Alice Machado

Design Gráfico e Paginação
Susana Santos

Fotografia

Alice Machado, Bruno Dias,
Jorge Canário, e Susana Santos

Revisão

Bruno Dias

Website

www.dopapel.com

Colaboradores

Nuno Gonçalves

★ ★ **PUBLICIDADE** ★ ★

Publicidade

Bruno Dias

Concepção e Verificação

Susana Santos

★ ★ **ASSINATURAS** ★ ★

Distribuição e Assinaturas

Bruno Dias

Morada

Praceta Marquês do Alegrete, Torre 1, 2ºD,
2660-211 Santo António dos Cavaleiros

NIPC 509 009 492

Tel. 210 146 015

E-mail correio@dopapel.com

Assinaturas Portugal

45 € /ano

Assinaturas Estrangeiro

140,00 € /ano

★ ★ **EDIÇÃO** ★ ★

Proprietário

Pixelpower Lda.

Editor

Pixelpower Lda.

Morada

Praceta Marquês do Alegrete, Torre 1, 2ºD
2660-211 Santo António dos Cavaleiros

Pré-impressão

Pixelpower Lda.

Impressão

SOARTES – Artes Gráficas, Lda.

Rua A. Cavaco, Carregado Park

Fracção J, Lugar da Torre

2580-512 Carregado (Portugal)

Acabamento

UV - Envernizamento por Ultravioleta,

Estr. das Ligeiras, Lote 3 - Pavilhão 3

Alto da Bela Vista, 2735-337 Cacém

Tel: 214263082

Papel Condat Silk 150 g/m²

Tiragem do último número

1200 exemplares

Depósito Legal 17256/88

Nº de registo na ICS 113005



Outros Meios de Comunicação Pixelpower



WWW.DOPAPEL.COM



WWW.CMYKDIGEST.COM



WWW.DOOFFICE.NET



WWW.DORESTAURANTE.NET

SOPORSET 
SUPERIOR PERFORMANCE

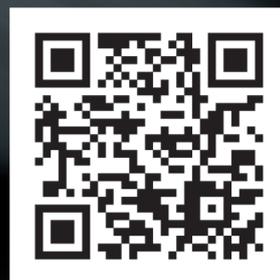
PERFORMANCE SUPERIOR.

Um papel excelente é aquele que excede as expectativas do cliente.

A sólida reputação do Soporset baseia-se na garantia de uma excelente performance.

Quando exige uma qualidade excelente, o papel Soporset cumpre-a.

Soporset: Imprimindo o futuro.



www.soporset.com

Faça o scan ao Código QR com o seu telemóvel e descubra um novo mundo de informação.
Se o seu telemóvel não tiver o software adequado, pode fazer o download em www.i-nigma.com, reader.kaywa.com ou www.beetagg.com.

Portucel Soporcel reforça aposta exportadora

O grupo Portucel Soporcel vai marcar presença na Paperworld, entre 25 e 28 de Janeiro na cidade de Frankfurt. O grupo português vai apresentar as suas marcas próprias no certame, numa estratégia de conquista de novas oportunidades e consolidação de parcerias de negócio a nível internacional.

“Acreditamos que 2014 continuará a ser um ano de conquista de quota de mercado nas principais geografias em que operamos. Enquanto exportador, o grupo está atento à evolução dos mercados e trabalha para detectar novas oportunidades que permitam o crescimento da sua actividade. Este permanente investimento tem-nos permitido manter uma carteira de encomendas muito confortável e trabalhar de forma contínua, a 100% da capacidade produtiva, colocando a quase totalidade da nossa produção no mercado externo”, refere Hermano Mendonça, director de marketing do grupo Portucel Soporcel.

No stand do grupo Portucel Soporcel, no Pavilhão 3, estarão expostas as principais marcas de papel – Pioneer, Inacopia, Explorer, Target e Discovery – bem como a Navigator. Presente em mais de 90 países, a Navigator foi considerada a marca de fábrica de papel de escritório mais valiosa na Europa pelo estudo Brand Equity Tracking Survey, da Opticom International Research.

Segundo Hermano Mendonça, *“enquanto maior produtor europeu é fundamental estarmos presentes naquela que é a maior feira do mundo dedicada a papel e material*

de escritório e que no ano passado recebeu mais de 80 mil visitantes”.

“É uma oportunidade para reforçar a nossa posição de liderança mundial e a estratégia de sucesso que desenvolvemos ao nível das marcas próprias, que são hoje líderes de mercado, distinguindo-se pela inovação e sustentabilidade ambiental, e que são exportadas para mais de 110 países, nos cinco continentes, com destaque para a Europa e EUA”, sublinhou.

As vendas de marcas próprias, nos primeiros nove meses de 2013, registaram um crescimento de um ponto percentual no total do negócio e quatro pontos percentuais na Europa. O grupo atingiu nos primeiros nove meses de 2013 um volume de negócios de 1 137,2 milhões de euros, traduzindo um crescimento de 2,5% em relação a 2012, tendo as exportações atingido 902 milhões de euros.

O grupo continua a reforçar a sua entrada no mercado europeu, o que lhe permitiu uma conquista adicional superior a 85 mil toneladas, pelo que a quota de mercado se situou nos

17% no total do UWF e acima de 20% nos produtos transformados em folhas (papel de escritório e formatos para indústria gráfica).

Em 2012, os mercados fora da União Europeia representaram 33% das exportações. O grupo foi responsável, em 2012, por 88% das exportações europeias de papéis finos de impressão e escrita não revestidos para a América do Norte; 52% para África; 32% para o Médio Oriente, 45% para a América Latina e 3% para a Ásia, indicadores que ilustram bem a sua forte presença internacional. As vendas para a América do Norte e Médio Oriente representam, respectivamente, 7% e 13% das exportações nacionais para estes mercados.



CEPI lança guia para norma EN643

A Confederação das Indústrias de Papel da Europa (CEPI) lançou um guia de bolso com detalhes acerca da revisão da norma EN643, a lista europeia das classes padrão de papel e cartão para reciclagem. A CEPI aconselha todas as organizações e indivíduos envolvidos no comércio de papel e cartão para reciclagem, para se preparar para a introdução do padrão actualizado. Muitas empresas multinacionais estão já a implementar o novo padrão EN643 nos seus sistemas de TI. O novo texto inclui várias melhorias importantes, incluindo um nível de tolerância específica de grau para o componente não-papel e descrições mais detalhadas por grau. A CEPI emitiu uma orientação que descreve as mudanças na EN643, enquanto os organismos nacionais estão a preparar-se para o lançamento oficial no início de 2014.

Mohawk expande distribuição em Itália

A Mohawk anunciou que vai expandir a distribuição em Itália com o apoio e parceria da distribuidora em Milão, a Milan's Paper & People. *“Estamos ansiosos por introduzir produtos de Mohawk no mercado italiano”,* disse F. Joseph O'Connor, vice-presidente sênior das vendas internacionais da Mohawk. *“Acreditamos que as gráficas, designers e marcas italianas vão apreciar a qualidade intemporal do Mohawk Superfine e entusiasticamente abraçar toda a nossa linha de papéis finos e substratos.”*

A Mohawk vai lançar um novo mostruário na Europa, que representa a ampla gama de fine paper e substratos disponíveis em toda a Europa. O mostruário apresenta os papéis para impressão de qualidade premium, papéis de especialidade, papéis sintéticos, ímãs, papéis sensíveis à pressão, soluções de publicação lay-flat, e de embalagens personalizadas.





hubergroup lança nova série de tintas UV

O hubergroup lançou uma nova série de tintas que foi concebida para a impressão em tintas offset sistemas de lâmpadas UV de ferro dopado (LE-UV, HR-UV, LEC-UV). Cada vez mais máquinas estão a ser equipadas com os sistemas de ferro dopado em alternativa às tintas à base de óleo. A nova série de tintas denominada NewV está disponível para substratos absorventes e não-absorventes.

Em comparação com as tintas à base de óleo, as novas tintas mostram maior resistência mecânica e secagem mais rápida em papel e cartão, revestido ou não-revestido. A série para substratos não-absorventes mostra excelentes propriedades de adesão em vários materiais plásticos como PE, PS, PVC e PP. A nova coleção de tintas UV para offset foram concebidas para as máquinas dos maiores fabricantes. Por exemplo, a tinta concebida para ser utilizada com o sistema de secagem H-UV da Komori foi concebida e testada com a colaboração da gigante nipónica.

Flint Group expande gama para flexografia

A divisão de produtos flexográficos da Flint Group ampliou o portfólio com a introdução do nyloflex Dryer FIII e o nyloflex Light Finisher FIII. São dois sistemas concebidos para o processamento de chapas de impressão flexográficas. O nyloflex Dryer FIII tem um controlo individual de temperatura que permite uma poupança de energia com seis gavetas de secagem para melhorar as operações. Os tubos UV-A e UV-C do nyloflex Light Finisher FIII permitem uma redução no tempo de processamento. Os equipamentos foram concebidos para funcionar com a nyloflex NEXT Exposure que utiliza LEDs UV-A de alta intensidade como fonte de luz. Assim, uma rápida reticulação da superfície do fotopolímero é alcançada antes de ocorrer a inibição de oxigénio, o que resulta numa estrutura de pontos superior sobre a chapa de impressão e uma reprodução virtual da imagem de 1:1 a partir do arquivo digital até à acabada. O elevado nível de emissão de UV conduz a uma melhoria significativa na reprodução dos elementos em relevo.

XMF Print Centre chega à versão 5

A Fujifilm está a lançar a quinta versão do XMF PrintCentre, a sua mais recente versão da solução web-to-print com base na nuvem. O XMF PrintCentre permite que as empresas gráficas concebam múltiplas lojas e-commerce para venda dos seus produtos. Além disso, esta versão gere integralmente todo o processo comercial, desde a compra online até à entrega do ficheiro PDF com as artes finais, pronto para impressão em qualquer sistema de produção, incluindo o Fluxo de Trabalho XMF da Fujifilm.

“O sistema “Web-to-print é uma abordagem de compra self-service, por este motivo este processo tem de ser fiável, simples e transparente. As novas funcionalidades oferecem aos clientes mais automatização e controlo na forma como a compra de produtos gráficos é efectuada”, sublinha John Davies, strategy manager das soluções workflow na Fujifilm Europe.

A gestão de dados variáveis é um factor chave para muitas empresas. Consciente desta necessidade, a Fujifilm dotou a nova versão com funcionalidades avançadas com o objectivo de melhorar a eficiência em diferentes ambientes de trabalho.

No editor de trabalhos online foi adicionada a capacidade de ajuste automático para adaptar de forma inteligente o texto com os dados variáveis ao espaço pré-definido para o mesmo.

Outra das novas características inerentes à impressão de dados variáveis é a formatação automática. Esta função

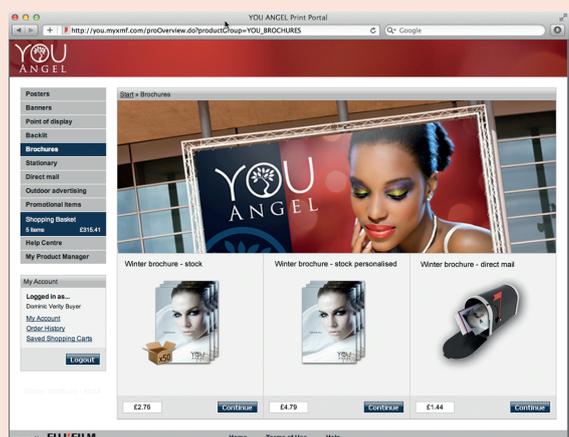
permite a reformatação automática da série de dados variáveis, evitando espaços em branco, caso não sejam utilizados todos os campos previstos. Por exemplo, um cartão-de-visita que contenha apenas alguns dados será automaticamente adaptado com base na informação disponibilizada para que resulte numa distribuição homogénea do texto.

Adicionalmente foram aperfeiçoadas algumas ferramentas do backoffice do XMF Print Centre, com o objectivo de melhorar a gestão de muitas das funções administrativas. Enunciamos primeiro a possibilidade de calcular o imposto, aplicando taxas diversas. Em segundo lugar, para além da visualização pública da homepage das lojas B2B, mas com acesso restrito a quem possui nome de utilizador e palavra passe, a versão 5 fornece agora um outro nível de segurança, que consiste em esconder toda a loja web, por trás de um ecrã login, garantindo protecção máxima. Foram introduzidas também alterações que permitem a eliminação de dados de preços. Estas são particularmente úteis em cenários cujos custos são geridos centralmente, mas a autorização para encomendar é dada apenas a utilizadores registados, tal como as lojas de retalho individuais.

John Davies salienta: “O XMF PrintCentre é uma solução

‘tudo em um’ que inclui um vasto conjunto de funções disponíveis por um preço muito competitivo. A nova versão 5”, acrescenta Davies, “oferece aos administradores das lojas web um maior número de ferramentas para que possam dar resposta às crescentes necessidades dos seus clientes, podendo usufruir em simultâneo da positiva experiência do sistema para aplicações com dados variáveis.”

Entre as inúmeras novidades relativas ao sistema backoffice, inclui-se a capacidade de copiar e modificar os produtos existentes numa loja web de forma a acelerar a criação de novos produtos, bem como a oferta de mais opções na entrega dos ficheiros finais PDF em vários locais de impressão com a finalidade de dar resposta a uma gama mais ampla de sistemas de gestão de fluxo de produção.



Instantâneos de 2013

Dezembro é a altura de reviver, analisar os factos e reter o que é importante para o ano que se segue. Recorde os instantâneos que constroem o álbum dos 12 meses de 2013

JANEIRO 2013



Fedrigoni premeia projectos em papel especial

A edição de 2013 do Fedrigoni Top Awards abrange todas as técnicas de impressão, e o concurso está aberto a designers, impressores, editores e clientes finais. O júri é composto por um painel internacional de especialistas provenientes do mundo do design e da comunicação, composto por Simon Esterson, Mary Lewis, Charles Ng, Italo Lupi e Jean Jacques Schaffner. As categorias a concurso são Book Publishing - Hardback; Book Publishing - Paperback; Corporate Publishing; Packaging e HP Indigo Digital Printing.

Portucel Soporcel cresce volume de negócios

Com um volume de negócios superior a 1,5 mil milhões de euros, o grupo Portucel atinge em 2012 novos máximos de volume de produção e de vendas de papel. O crescimento no volume de negócios do grupo está sustentado no bom desempenho do negócio do papel, assim como na evolução positiva da área de energia.



Empresas portuguesas foram à Paperworld

A Paperworld decorreu em Frankfurt de 26 a 29 de Janeiro de 2013. De Portugal participaram 18 empresas, duas das quais se estreiam no evento Creativeworld, mostra de produtos e artigos para trabalhos manuais, artes plásticas e decorativas. A Paula Mendes Lda e a Viarco, a única fábrica de lápis em Portugal, apresentaram-se assim pela primeira vez em Frankfurt. As empresas portuguesas aproveitam este certame para lançar novos produtos no mercado como é o caso do grupo Portucel Soporcel, que apresentou o Explorer iLight 75g/m², um papel que é produzido com recurso a uma menor quantidade de matéria-prima para obter o mesmo número de folhas. Uma das estreias deste ano foi a Moinho, uma empresa portuguesa que produz artigos em

papel reaproveitando desperdícios têxteis e utilizando um método de fabrico artesanal amigo do ambiente.

Fábricas Lecta com ISO 50001

O grupo Lecta concluiu o processo de certificação da eficiência energética de todos os seus centros produtivos. A certificação de sistemas de gestão energética ISO 50001 implica a implementação de um sistema de gestão da energia. Actualmente, o grupo Lecta dispõe de nove fábricas com uma capacidade de produção total de cerca de dois milhões de toneladas.

Adestor ganha novo mostruário

Adestor, a gama de papéis e filmes auto-adesivos, tem agora um novo catálogo, onde são expostas as várias possibilidades de etiquetagem para todo o tipo de aplicações, recorrendo a várias cores, acabamentos e texturas. No mostruário são demonstradas etiquetas para produtos alimentares, etiquetas naturais e texturadas com resistência à humidade para vinhos e sobremesas e até etiquetas com tratamentos e adesivos especiais para aplicações mais específicas.

International Paper integra Two Sides

A International Paper acabou de aderir à iniciativa Two Sides, juntando-se a outras empresas da cadeia de valor da comunicação gráfica cujo objectivo comum é promover a produção responsável, o uso e a sustentabilidade do papel e da impressão.

Roland DG Iberia expande actividade

A Roland DG Iberia ampliou a actividade comercial aos países do Médio Oriente, com distribuidores localizados na Arábia Saudita, Dubai, Egipto e Israel. Estes somam-se aos países geridos a partir de Barcelona: Portugal, Espanha, Andorra, Argélia, Marrocos e Túnisia.

Canon lança multifuncional de grande formato

A Canon imagePROGRAF M40 é a nova solução para impressão de grande formato, digitalização, arquivo e partilha de documentos a cores e monocromáticos. A solução inclui uma impressora de grande formato, um novo scanner M40, incorporado num suporte integrado, um software MFP e um ecrã táctil. Desde a digitalização inicial até à produção final, esta solução foi pensada para grupos de trabalho que lidam com documentação técnica - especialmente nos sectores da arquitectura, da engenharia e da construção.

Activooh instala peça com cinco metros

A Activooh foi a agência responsável por uma peça com 398 embalagens de Elvive, produtos para o cabelo da L'Oréal Paris, com o formato de Portugal. A peça foi produzida no âmbito da campanha intitulada "O meu Elvive" da L'Oréal Paris. A criatividade foi da McCann Lisboa.

Choice cria para corticeira Amorim

A Choice é a agência responsável pela criação de conteúdos do novo site da Amorim & Irmãos. O destaque vai para a informação sobre o ciclo da cortiça e a aplicação em áreas como o design, indústria e aeronáutica. O objectivo é comunicar as vantagens das rolhas de cortiça enquanto vedante natural e evidenciar a inovação da cortiça Amorim.

2013: Pense Positivo!

O tema central da edição de Janeiro foi a importância do optimismo na cultura empresarial. É importante manter uma atitude positiva e uma equipa coesa, orientada para o sucesso da empresa que, por sua vez, será o sucesso de quem nela trabalhar. Mas também é necessário estar atento aos sinais do mercado e agir proactivamente. Isso é especialmente importante no caso das Artes Gráficas, que se encontra em plena reestruturação forçada.

João César Machado, da Fujifilm, não tem dúvidas de que o sector que vai prosperar é o da embalagem "pela sua componente exportadora, pelo factor serviço e pelo equilíbrio na oferta". Afirma ainda que "é aqui que se encontram as empresas com mais sucesso durante o ano que passou."

Paulo Monteiro não tem qualquer dúvida de que a indústria gráfica nacional, à semelhança de outros segmentos de mercado, tem sentido os efeitos da crise económica

instalada. "Neste sentido, há muito para fazer que tem de ser feito. Sabemos que o futuro, infelizmente, não se conquista apenas com a esperança, mas sim pela acção concreta de cada individuo e de cada empresa, cada qual consciente das suas responsabilidades. Quantas gráficas, na sua batalha diária pela conquista de pedidos, levam em consideração o quanto da sua imagem, do seu serviço, além da questão do preço, está presente na mente dos que decidem a compra dos seus clientes. Ou melhor, quantas gráficas conseguem tornar a sua clientela fiel, baseando-se em conceitos novos, bom atendimento, eficiência e qualidade, ao invés de qualidade baseada somente em preços baixos? Este quadro reflecte não só o empenho de equipa das entidades e de todos os seus colaboradores para vencer as adversidades e garantir a sobrevivência das suas empresas e dos empregos que geram, como também comprova que mesmo em tempo de crise há sempre oportunidades de negócio para todos, sobretudo, para aqueles que em tempo útil fizeram a sua lição de casa".

Manuel Matos, da Konica Minolta, defende que o sucesso está na adaptação às exigentes condições de mercado que se apresentam: "O grande factor de sucesso no mercado das artes gráficas é adaptação dessas empresas ao actual panorama macroeconómico. A competitividade e a agressividade comercial do mercado das artes gráficas colocam muitas empresas à beira da falência e, numa luta pela sobrevivência, tem causado muitas dificuldades no equilíbrio das organizações". Mudar com o mercado é a palavra de ordem. Algo que as empresas fornecedoras das gráficas estão a testemunhar diariamente "no campo": "Trabalhamos com diversas empresas que se encontram em grandes transformações da sua filosofia empresarial, desenvolvendo grande acções com foco na especialização e diferenciação no mercado das Artes Gráficas: criaram soluções e produtos alternativos e muitos deles com exclusividade para os seus clientes". A DP falou ainda com Miguel Bos, da Müller Martini, que, de uma forma concisa e directa, apontou as linhas guias que as empresas devem seguir, não só este ano, mas como filosofia interna: "O que vale para 2013 também vai valer para o futuro: cuidar os capitais próprios; melhorar a produtividade (verificar o output por trabalhador, o desperdício, etc.); estar muito atento às inovações e ajudar os próprios clientes a inovar".

Durante o mês de Janeiro pedimos aos nossos leitores que nos indicassem exemplos de empresas que continuam a ser um exemplo de uma gestão organizada e de uma cuidada prestação de serviços aos seus clientes. No fundo, queríamos recolher nomes de empresas que poderiam ser referenciadas como bons exemplos nos tempos conturbados que vivemos. Aqui ficam, por ordem alfabética,



as empresas que nos foram indicadas: Astrografe, Bulhosas (Irmãos) S.A., Costa Guerreiro, Eurodois - Artes Gráficas, Ezzo, Formato - Artes Gráficas, Gráfica Calipolense, Gráfica Ideal, Gráfica Maiadouro, Grafitala - Artes Gráficas, Graphicsleader, Greca - Artes Gráficas, Guide - Artes Gráficas, Jorge Fernandes, Louresgráfica, Luís Caldas & Coutinho, Monteiro Ribas, Multitipo -

Artes Gráficas, Olegário Fernandes - Artes Gráficas, Ondagrafe - Artes Gráficas, Organização Gráfica Calheiros, Sersilto - Empresa Gráfica, Soartes - Artes Gráficas, Tipografia Belgráfica, Tipografia Lobão, Vox - Organização Industrial Gráfica.

Lusoimpress: O salto para o digital!



Em perfeito contraciclo relativamente ao ambiente de crise que afecta toda a economia, a Lusoimpress Digital ainda vai dar que falar. Uma empresa com seis meses de vida que está a trabalhar de vento em popa, com perspectivas e projectos de crescimento, com uma estratégia que visa a fidelização dos seus clientes através da oferta de um serviço completo e que, nos meses de Outubro e Novembro, factura 200 mil euros, tendo uma equipa de apenas 10 pessoas é, objectivamente, um caso de sucesso. Bernardete Cunha é a directora comercial.

Heidelberg aposta em embalagens e aplicações inteligentes

A Heidelberg pretende ser uma espécie de "one-stop shop" onde os clientes encontram tudo o que possam necessitar, desde serviços a equipamentos e consumíveis. Além disso, a multinacional está de olho no mercado com maiores perspectivas de crescimento: a embalagem! De acordo com a empresa de pesquisa de mercado, a Smithers Pira, as vendas globais de embalagens vão aumentar entre 517 biliões de euros em 2010 para 630 biliões de euros até 2016. Por um lado, este crescimento é impulsionado pela procura de embalagens nos países em desenvolvimento e mercados emergentes, devido ao aumento da prosperidade e aos números que indicam um crescimento demográfico. Por outro lado, no mundo industrializado, o sector da embalagem beneficia da maior variedade e competitividade no ponto de venda.

FEVEREIRO 2013



O NOSSO SERVIÇO DE CONSULTORIA PODE AJUDAR O SEU NEGÓCIO A CRESCER



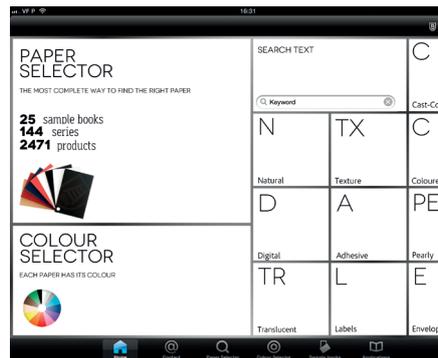
Antalis lança serviço de consultoria

A Antalis, empresa de distribuição de suportes de comunicação e material de embalagem, lançou um serviço de Consultoria de Certificação de Cadeia de Custódia FSC e PEFC. O serviço é realizado em colaboração com uma empresa de consultoria internacional especializada em clientes da Indústria Gráfica. Ao ser especialista neste sector e conhecer, tanto o funcionamento das gráficas, como os requisitos exigidos pelas normas FSC e PEFC para a concessão dos certificados, é possível que a gráfica possa passar a auditoria de certificação num prazo de um a dois meses.

Europac divulga resultados

O Conselho de Administração do Grupo Europac (Papeles y Cartones de Europa S.A.) aprovou as contas correspondentes ao exercício de 2012, em que se registaram vendas agregadas de 980,18 milhões de euros, o que representa uma subida de 3% face a 2011. O EBITDA recorrente foi de 96,18 milhões de euros, uma redução de 9% face ao exercício anterior. Em Portugal, as vendas agregadas do Grupo Europac subiram 3,7% para os

439,8 milhões de euros. A área de negócio que mais cresceu foi a produção de energia que aumentou as vendas agregadas em 16,4% para os 98,8 milhões de euros. A gestão de resíduos cresceu 10,9% para os 26,8 milhões de euros. As vendas agregadas de papel kraft da fábrica de Viana totalizaram 197,3 milhões de euros, um avanço de 0,3% face a 2011, enquanto as vendas agregadas da área de cartão deslizaram 1,6% para 106,8 milhões de euros. O EBITDA da actividade em Portugal recuou 20,1% para 57,7 milhões de euros, pressionado pela deterioração das margens do papel kraftliner por causa da descida do preço de venda referente a 2011.



Papéis Fedrigoni em dispositivos iOS

A Fedrigoni lançou uma nova aplicação para iPhone ou iPad. Chama-se Paper Selector e conta com seis modos de pesquisa diferentes. A pesquisa por tipo de papel permite introduzir as características que interessam e encontre o papel que melhor se adapta às necessidades.

Inapa adquire Crediforma

Prosseguindo uma estratégia de diversificação, a Inapa Portugal adquiriu a empresa Crediforma, com sede no concelho de Vila Franca de Xira. A adquirida tem uma facturação superior a três milhões de euros, realizada através da venda de produtos e distribuição de produtos e serviços na área da impressão digital de grande formato. Com esta aquisição, a Inapa Portugal passa a ter operações nas três áreas de negócio do grupo: papel, embalagem e comunicação visual.

Portucel Soporcel em destaque no Médio Oriente

O grupo Portucel Soporcel anuncia a participação, pela primeira vez, na Paperworld Middle East, a maior feira dedicada a papel e material de escritório realizada no Médio Oriente. Ao longo de três dias, o grupo expôs as suas principais marcas de papel – Navigator, Pioneer, Inacopia, Explorer, Target, Discovery e Multioffice – dando especial destaque à Navigator. A Portucel Soporcel foi responsável por 88% das exportações europeias de papéis finos de impressão e escrita não revestidos para a América do Norte, 52% para África, 32% para o Médio Oriente, 45% para a América Latina e 3% para a Ásia.

Estado vai ter que pagar a 30 dias

O Estado e as empresas públicas vão ter um prazo máximo de 30 dias para pagar facturas de bens e serviços adquiridos a PME's. Se não o fizerem, pagarão um juro de mora de 8%, acrescido de 40 euros para custos de cobrança. Esta é uma nova directiva comunitária que visa terminar com os condicionalismos de liquidez, com Bruxelas a reconhecer que "os atrasos de pagamento tornaram-se financeiramente aliantes para os incumpridores".



Maior álbum fotográfico do mundo é português

O maior álbum fotográfico do mundo é português. Com uma dimensão de 4,5 metros de altura por 8 metros de comprimento (cada página), o projecto "Portugal, o Melhor Destino" entrou para o Livro de Recordes do Guinness e destronou a Itália, que detinha o recorde até agora. São cerca de dez mil fotografias, exactamente 768 por região, escolhidas entre mais de 77 mil imagens produzidas por 15 mil portugueses.

SPV desafia portugueses em concurso de design

No sentido de aproximar ainda mais a população portuguesa da importância da reciclagem, a Sociedade Ponto Verde convida os portugueses a participar num concurso de design. Os concorrentes devem inspirar-se na temática da reciclagem e desenvolver uma decoração original para os três sacos que constituem o conjunto de ecobags para separação selectiva de embalagens.

Hubergroup lança CRSmax

O CRSmax é um novo sistema optimizado de mistura de tintas de impressão offset. As cores estão prontas a utilizar, e são de base monopigmento, permitindo que a tinta seja personalizada para a aplicação em causa e para as exigências do substrato a utilizar. O sistema de mistura de tinta proporciona uma série de vantagens. A gráfica mistura a quantidade certa de cada tinta e fica com a mesma imediatamente à sua disposição. Além disso, graças ao conceito de pigmento simples, qualquer tinta residual pode ser trabalhada em tintas frescas, sem quaisquer problemas. Isso implica menos desperdício, menos necessidade de stock e menos tempo de paragem de máquina.



Veja o vídeo



Precisa de ajuda para escolher o papel ideal

No início, Antalis era apenas papel. Simples folhas de papel. Mas sabia que a Antalis distribui a gama mais extensa de papel tradicional assim como as mais recentes novidades e apoia especificamente a nova geração de impressão digital? Antalis responde às necessidades de diversos negócios como o seu em todo o mundo quer nas áreas de papel para impressão ou escritório, assim como em suportes de comunicação visual, soluções de embalagem e serviços logísticos. Para descobrir tudo o que os homens e mulheres da Antalis podem fazer por si, simplesmente pergunte à Antalis.

☎ 220 163 401 • 214 722 441

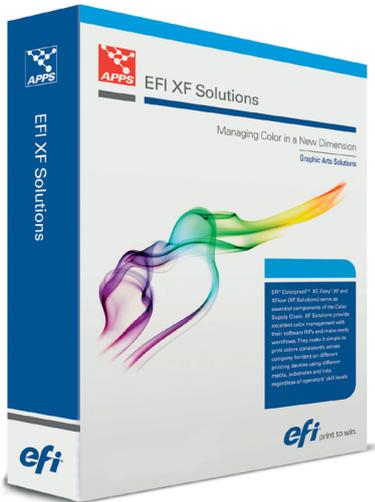
www.antalis.com

antalis 
Just ask Antalis

PAPEL PARA IMPRESSÃO E ESCRITÓRIO • MATERIAL DE SUPORTE DE COMUNICAÇÃO VISUAL • SOLUÇÕES DE EMBALAGEM

Canon abandona Ipex 2014

A Canon abandonou a Ipex 2014 e David Preskett, European Professional Print Director da Canon Europe, já não é o presidente da feira internacional. Patrick Chapuis, Responsável do Production Printing Group, da Canon Europa, afirma: "Após uma cuidadosa ponderação da nossa posição, a Canon Europe anuncia a sua retirada da IPEX 2014."



EFI lança versão 5 do Fiery XF

A EFI lançou a versão 5 do Fiery XF, uma solução de fluxo de trabalho de frontend e de gestão de cor para o sector dos formatos extra-grandes. A nova versão tem integração com as máquinas Vutek e Efi assim como integração com os sistemas ERP da EFI.

OKI Data e Toshiba Tec em parceria

A OKI Data e a Toshiba Tec lançaram os primeiros equipamentos desenvolvidos em conjunto, no âmbito de uma parceria. São multifuncionais cor A4, direccionados ao mercado profissional. Os equipamentos serão comercializados de forma independente por ambas as empresas. Os novos MFPs estão equipados com controlador Toshiba e motor de impressão LED exclusivo da OKI Data.

Empresa húngara recebe Integro 300

A Propekt Versand Service (PVS), com sede na cidade húngara de Sopron, é a primeira empresa de artes gráficas no mundo a encomendar um sistema de encartes Integro 300 à Müller Martini. Especialista na inserção de panfletos de publicidade, a empresa aumentou a capacidade de produção. A PVS processou mais de um bilião de panfletos com um peso total de 33 356 toneladas, em Sopron, só no ano passado. Isso corresponde a quase quatro milhões de cópias ou quase 130 toneladas por dia.

Bottom Line Activism promove cerveja

A campanha "Cerveja: um copo meio cheio para Portugal" foi criada pela Bottom Line Activism, e quer reafirmar a importância do sector cervejeiro para a economia nacional.

A campanha surge numa iniciativa da APCV – Associação Portuguesa dos Produtores de Cerveja para comunicar a importância deste produto para a agricultura nacional.

Expo Portugal Print

Decorreu na Exponor, em Matosinhos, de 14 a 16 de Março último, a segunda edição da Exposição Internacional de Artes Gráficas, Publicidade, Comunicação e Têxtil (Portugal Print). Esta edição teve um menor número de expositores do que a feira anterior mas, no que respeita às Artes Gráficas, o balanço é, apesar de tudo, positivo. Sem excepção, todas as empresas que a doPAPEL contactou referiram a forte adesão dos seus clientes, um elevado número de contactos profissionais e o interesse na obtenção de mais informações sobre equipamentos e produtos expostos. Apesar do número reduzido de empresas participantes, estiveram presentes representantes dos diferentes sistemas de impressão, desde o digital ao offset, passando pela serigrafia, assim como os diferentes e flexíveis suportes de impressão existentes no mercado. Nesta edição, o número de expositores ligados ao têxtil, quer a nível de estampagem, suportes e gifts, superou os das artes gráficas. Contudo, as poucas empresas que aderiram fizeram questão de levar novidades e adaptar as suas ofertas de equipamentos, consumíveis e serviços às necessidades dos seus clientes.

Só mais uma previsão?

A agência internacional duomedia, especialista em relações públicas e comunicações de marketing no sector das artes gráficas e das tecnologias, levou a cabo um inquérito no último trimestre de 2012. Muitas gráficas identificaram a necessidade de adopção de uma nova estratégia por parte das empresas de impressão. Dizem que as empresas não podem ser apenas fornecedoras de produtos acabados e que têm que se aproximar dos clientes. Têm que se estabelecer como fornecedores de serviços

de valor acrescentado na grande cadeia do marketing e da comunicação.

Como rotulamos o futuro?

Rotular o futuro? Isso é um desafio para a indústria de etiquetas, em face das mudanças que ocorrem em muitas frentes. A paleta de tecnologias de etiquetas em desenvolvimento e as opções alternativas; o ambiente de negócios em "nuvem"; a necessidade urgente de mudança de sucessão nas PME; tomar a decisão de permanecer local, servir um segmento de mercado da especialidade, ou fazer a expansão internacional; o amadurecimento dos mercados geográficos em relação às economias emergentes... Estes são todos os temas que a FINAT, e as suas empresas associadas, está activamente empenhada em resolver.

Uma das 100 melhores para trabalhar!

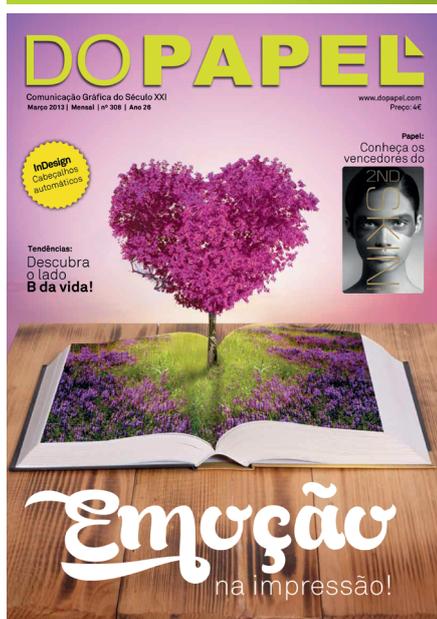
É no Núcleo Empresarial da A8 que vamos encontrar a Tipocor, Publicidade e Artes Gráficas. O objectivo é conhecer melhor a empresa que figura, em 2013, num ranking das 100 Melhores Empresas para Trabalhar, da revista Exame. A Tipocor figura na 94ª posição, sob o título "A vitória da flexibilidade". Motivar uma equipa é essencial para o sucesso de uma empresa. Hugo Almeida diz que só assim é possível que todos se concentrem no que é necessário para fazer uma empresa vingar: o trabalho. A receita está em ser cumpridor, reconhecer o trabalho das pessoas e dar alguma liberdade na gestão do tempo, por exemplo.

InDesign: numeração automática de páginas

Numerar as páginas de forma automática é uma operação comum em qualquer programa de paginação, mas que por vezes suscita dúvidas. E quanto a colocar dois números de página juntos numa só página? Na revista de Fevereiro aprende-se como o fazer.



MARÇO 2013



Fábrica de papel vai criar 184 postos de trabalho

É na zona de Alvarães, em Viana do Castelo, que se prevê a construção de uma fábrica de papel tissue, que pode vir a criar 184 postos de trabalho. O investimento de 25 milhões de euros prevê a construção de uma fábrica com capacidade de produção diária de 200 toneladas de papel para uso doméstico e sanitário. A fábrica Fortissue será instalada num terreno com 8,5 hectare e destina-se a fornecer a Suavecel, grupo que a detém.



Prado Digital para impressão com toner

A nova cartolina para impressão digital com toner, lançada pela Prado-Cartolinas da Lousã, chama-se Prado Digital. O lançamento do novo produto teve lugar no Meliá Boutique Hotel Palácio da Lousã, e contou com a presença dos principais distribuidores de Portugal e Espanha.

Buçaco em parceria com Portucel Soporcel

O grupo Portucel Soporcel e a Fundação Mata do Buçaco (FMB) assinaram uma parceria para a conservação e gestão florestal. A

adoção de árvores e plantas aromáticas, a partilha de conhecimento e a dinamização de um programa de sensibilização, dirigido aos proprietários limítrofes à Mata do Buçaco, tendo em vista a adopção de uma gestão responsável, condição essencial de uma floresta certificada, constituem alguns dos pilares desta colaboração.



Fedrigoni celebra 125 anos

A fabricante de papel Fedrigoni está a celebrar, em 2013, 125 anos. Para marcar a data, a marca de papel vai estar presente em cinco eventos relacionados com as artes gráficas. Em Maio de 2013, vai fazer a edição especial do Relatório Anual, onde vai recordar os marcos da empresa, e vai patrocinar a categoria de Design, no concurso Papies 2013, que decorre na cidade do Porto. Entre Outubro de 2013 e Janeiro de 2014 vai ser o patrocinador principal da exposição internacional Bodoni, il genio della stampa, que se realizará em Parma, Itália. Em Outubro deste ano vai organizar os Fedrigoni Top Applications Award, edição especial alusiva ao seu 125º aniversário e vai apresentar o 16/2 Design Book, na Feira do Livro de Frankfurt, também durante o mês de Outubro.

Propriedade Intelectual discutida em Lisboa

A FIL recebe a primeira Conferência Internacional de Propriedade Intelectual. Francisco Pinto Balsemão, presidente do European Publishers Council, Rick Falkvinge, presidente do Partido Pirata Sueco e Bárbara Navarro, directora de Políticas Públicas e Assuntos Institucionais do Google, são três dos oradores presentes.

Masterclass em tratamento de imagem para publicidade

A FLAG, entidade de formação especializada, promove uma Masterclass de Técnicas de Tratamento de Imagens Publicitárias, em Coimbra e Lisboa, respectivamente. As acções serão ministradas por José Paulo Reis, profissional de referência nesta área e vencedor de vários prémios de arte digital internacionais.

Portalegre prepara D day

A Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Portalegre organiza as comemorações do Dia Mundial do Design de Comunicação. O evento chama-se "d day" e vai na quarta edição. Aqui se têm juntado alunos, docentes, ex-alunos, profissionais e alguns convidados como designers e gráficos, para confraternizar e trocar experiências.

Canon lança scanner topo de gama

O CanoScan 9000F Mark II é a nova estrela do portfolio de digitalizadores da Canon. O scanner com 9600 dpi com sensor CCD está equipado com software avançado para digitalização de fotos, documentos e películas de alta velocidade. O CanoScan 9000F Mark II é capaz de digitalizar até 12 películas até 35mm ou 4 slides emoldurados numa única operação (positivos ou negativos). Também suporta película de 120mm (max. 6x22cm).

Durst faz antevisão da Fespa

A Durst recebeu cerca de 120 clientes no Demo-Center da Durst Phototechnik AG em Lienz, Áustria. Durante o evento, Durst Inkjet Innovation Days 2013, foi possível conhecer em primeira mão as máquinas que vão ser apresentadas na Fespa, nos modelos Rho 1012 e 1030.

Screen lança Truepress JetW1632UV

A Screen está a lançar, comercialmente, a Truepress JetW1632UV na Europa. A máquina suporta substratos com um formato entre os 1600 x 3200 mm, com uma espessura máxima de 48 milímetros. Os cabecotes de impressão com microgotas permitem atingir os 1200 dpi no texto, com uma definição fina e vinhetas suaves. As tintas oferecem uma ampla gama de cores e, quando combinados com ciano claro e magenta claro produzem qualidade fotográfica nos expositores retroiluminados.

Pixartprinting aposta em impressão por módulos

A Pixartprinting propõe um novo acessório decorativos para lojas, exposições, escritórios, eventos e casas: fotos impressas em lonas em formatos modulares. Uma solução que permite a subdivisão de imagens e a reprodução em diversos meios de comunicação de diferentes formas e tamanhos, colocados lado a lado, como um mosaico. Uma vez colocada na parede, a imagem composta pode ter a forma de um quadrado, de um rectângulo, ou ser posicionada em pirâmide. De um até seis módulos são possíveis várias combinações.





Impressão a branco da OKI premiada

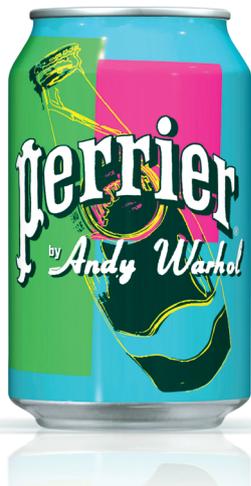
A OKI Europe e a TheMagicTouch receberam duas distinções no Euro Trophex Show, em Amsterdão, graças à capacidade da OKI C711WT, o primeiro equipamento LED com toner branco disponível no mercado. O potencial da impressora e o vasto leque de aplicações permitidas pela impressão a branco são beneficiados pelo papel transfer desenvolvido pelo parceiro TheMagicTouch, garantindo ao equipamento da OKI os primeiros lugares nas categorias "Best in New Technology" e "Best in Image Transfer Product".

Heidelberg instala guilhotina 4444

A Heidelberg Alemanha instalou, recentemente, a guilhotina Polar n.º 4444 na empresa Bugl Druck, sediada em Essenbach. Com a adaptação da máquina de impressão do formato 50x70 ao formato 72x102 (b3), a gráfica também apostou num sistema de corte L-R-115-T.

Perrier à imagem de Warhol

A Nestlé decidiu comemorar os 150 anos da água francesa Perrier através de uma parceria com a Fundação Andy Warhol. Para o efeito criou embalagens especiais com desenhos do artista, numa série de garrafas e latas com uma produção limitada.



Konica Minolta em mega campanha

A Konica Minolta Portugal está a lançar uma campanha sob o claim "A primeira impressão pode enganar", num investimento de 165 mil euros. Após um interregno de seis anos neste tipo de acções, a Konica Minolta Portugal associou-se a parceiros portugueses como a Nova Expressão e a Omni para levar a cabo uma campanha que se desenrola em duas fases complementares.

Parceiros de Comunicação ganha várias contas

A Casa de Santa Vitória, a Sonae RP, a FIPA e os Hotéis vila Galé são alguns dos novos clientes de comunicação e marketing da agência Parceiros de Comunicação. Além disso, foi feita a contratação de Vanda Rosário para account director da agência, que já conta com vários anos de experiência no sector.



Graphispag.digital e Sonimagfoto

O potencial de negócios da imagem impressa para personalizar qualquer forma ou superfície tem sido demonstrado em várias ocasiões, através da celebração conjunta de eventos. Exemplo disso foram a organização simultânea da Graphispag, digital e da Sonimagfoto e Multimídia, que decorreram na Gran Via da Fira de Barcelona. A situação económica mundial tem levado à maximização de recursos e ao corte de despesas supérfluas em todas os sectores de actividade. E como se tem vindo a verificar, as feiras referidas não foram excepção. Desta vez, o número de visitantes superou os 20 mil. Os eventos foram visitados não só por gráficos e fotógrafos mas também por designers, decoradores, publicitários, fabricantes de cerâmica e têxteis. O objectivo comum foi o de saber mais acerca das aplicações de tecnologia gráfica digital que permite a impressão de imagens em todos os tipos de objectos.

Tendências: descubra o lado B da vida!

O conceito de carreira tende a desaparecer e a ser substituído por projecto vida, que é cada vez mais desenhado, arquitectado e desejado



por cada um de nós. O projecto B Side propõe-se trabalhar soluções de promoção do bem-estar e felicidade organizacional, desenvolvendo happy solutions à medida de cada realidade e pessoa, impactando desta forma na produtividade das organizações. Através do link - <http://www.tiny.cc/indicedefelicidade> - é possível descobrir se está a fazer as escolhas certas. A BSide é uma nova área de negócio da Jason Associates, que pretende construir soluções para o lado B das empresas, localizadas em qualquer ponto do mundo.

2ND SKIN: And the winners are

Já foram encontrados os vencedores do concurso 2ND SKIN da ArjoWiggins. As propostas irreverentes captaram a atenção do público e os prémios foram para a França, para o Reino Unido e para a Tailândia. Com a participação de 440 criativos destacados, metade profissionais e metade estudantes, procedentes de 30 países dos cinco continentes, foram encontrados 11 vencedores, de diferentes nacionalidades.

Olivia Frémineau, uma artista francesa que trabalha diversos suportes, conseguiu o primeiro prémio. Rhoslyn Butler, do Reino Unido, ganhou o segundo prémio. Rhoslyn formou-se na London College of Fashion e é uma artista multi-disciplinar. Com sede em Londres, trabalha como estilista, aderecista e criadora de vestuário para fotografia e cinema. Yanin Vaseenon da Tailândia é o vencedor do Prémio Especial do Público. É aluno do primeiro ano do Communication Design Program in the Fine and Applied Arts Division no Mahidol University International College. Arjowiggins Creative Papers dispôs como prémios três obras realizadas em SKIN.

InDesign: cabeçalhos automáticos

Em muitas publicações, o cabeçalho de cada página apresenta o primeiro (ou o último) subtítulo presente nessa página. Ou então o nome do capítulo corrente. No caso dos dicionários ou enciclopédias, é comum que o cabeçalho apresente a primeira palavra na página esquerda e a última na página direita. No artigo aprende-se a automatizar o procedimento.

ABRIL 2013



Portucel Soporcel considerada melhor da Europa

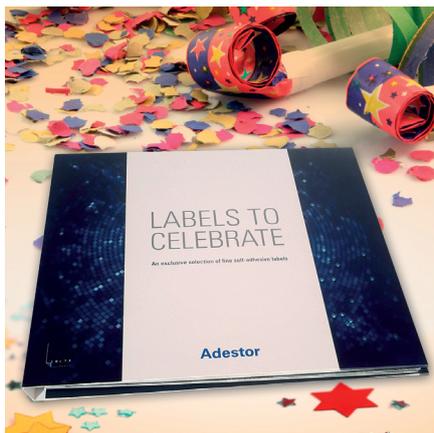
O grupo Portucel Soporcel foi considerado a melhor Empresa da Europa, com um volume de negócios superior a 150 milhões de euros, pelo "European Business Awards" (EBA). O galardão distinguiu o desempenho do grupo durante 2012 na categoria "The Infosys Business of the Year", entre centenas de empresas a nível europeu das mais diversas áreas de actividade económica. José Honório, presidente da Comissão Executiva do grupo Portucel Soporcel, considerou que o prémio "constitui um reconhecimento, mas também um estímulo, na prossecução da estratégia de desenvolvimento que permitiu projectar o grupo Portucel Soporcel para o patamar de grande player mundial do sector". Este responsável destacou ainda o importante contributo de uma "grande equipa, multidisciplinar, motivada e muito profissional, que tem sido um pilar fundamental para o desenvolvimento sustentado do Grupo".

Antalis amplia gama premium Olin e aposta no suporte magnético

A Olin, da Antalis, é uma gama premium que estava disponível para a impressão offset e que agora também está disponível para a impressão digital. Depois de testes de qualidade, a nova gama Olin Digital foi certificada para HP Indigo e todas as impressoras de toner seco. A Antalis também adicionou o suporte MagneCote à sua oferta de especialidades. O MagneCote imprime-se como papel mas comporta-se como um ímã e é composto por uma mistura de papel couché de alta qualidade (20%) e uma capa magnética (80%).

Adestor com "Labels to celebrate"

"Labels to Celebrate" é uma selecção de etiquetas auto-adesivas especialmente



concebida para serem aplicadas em garrafas de vinho, espumantes, licores, águas e em produtos de alimentação de alta gama. A selecção é composta por papéis texturados, couché, metalizados e adesivos permanentes. O lançamento da gama foi feito com o novo catálogo "Labels to Celebrate", com etiquetas de produtos que nos acompanham em momentos festivos. Imagens alusivas ilustram estes momentos em que, juntamente com familiares ou amigos celebramos um acontecimento inesquecível, único. A colecção "Labels to Celebrate" inclui 21 propostas de etiquetas com acabamentos especiais como estampagem, relevo ou serigrafia UVI.



Europac distribui dividendos

A Assembleia-Geral de Accionistas da Europac aprovou a proposta do Conselho de Administração para a distribuição de 5,7 milhões de euros em dividendos referentes ao exercício de 2012. A distribuição aprovada do dividendo ordinário representa uma percentagem dos lucros destinada a remunerar os accionistas de 40%, de acordo com a política definida pela empresa para esta matéria.

Aprovado Plano de Recuperação da Lisgráfica

A Lisgráfica divulgou que foi apurado aprovado o Plano de Recuperação, no âmbito do PER (processo especial de revitalização) pelos credores da empresa. "Participaram na votação mais de 97% dos créditos tendo o plano sido aprovado por uma expressiva

maioria de 90% dos créditos. De assinalar ter-se registado uma votação massiva dos trabalhadores da empresa que, de forma unânime, aprovaram o plano. No mesmo sentido, expressaram o apoio à recuperação da empresa entidades públicas como a Segurança Social e o IAPMEI, bancos como o Millennium BCP e o Banif e a generalidade dos fornecedores de matérias-primas e de serviços" divulga a empresa em comunicado. O plano implica a reestruturação da empresa e o seu redimensionamento assim como um reforço da competitividade.

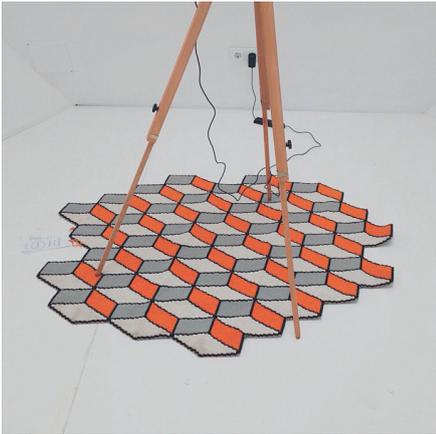
Centro Português de Design extinto

A actividade do Centro Português de Design (CPD) vai ser descontinuada por motivos económicos. Os funcionários receberam a indicação de que o CPD seria extinto por "não sustentabilidade económica". Na página do Facebook da instituição, a equipa do CPD escreveu: "Tivemos o prazer de colaborar com centenas de designers, PME's, entidades públicas e privadas, escolas e redes internacionais. (...) Cabe agora aos designers continuar o nosso trabalho" Fontes do Ministério da Economia revelaram ao Diário de Notícias que "no actual contexto, tornou-se inviável a manutenção do CPD, não só porque o respectivo modelo de financiamento seguido se esgotou, mas sobretudo pelo facto de o CPD não ter sido capaz de cumprir os objectivos que presidiram à sua criação".



Konica Minolta Portugal continua a crescer

A Konica Minolta Portugal obteve no ano fiscal de 2012, que terminou a 31 de Março de 2013, um aumento das receitas operacionais, pelo quarto ano consecutivo, atingindo os 20,784 milhões de euros. Os resultados revelam um aumento das receitas operacionais de 0,5 por cento face ao ano anterior. O segmento de Production Printing obteve um crescimento do volume de negócios de 22,8 por cento, face ao ano fiscal de 2011. Em termos de crescimento médio anual (CAGR), entre os exercícios de 2008 e 2012, esta área obteve um crescimento de 25,5 por cento. Neste segmento, a Konica Minolta reforçou a sua liderança do mercado português com uma quota de mercado de 51 por cento.



Ervilha Criativa na Clarkenwell Design Week

A Ervilha Criativa, empresa do Parque Tecnológico de Óbidos, que se dedica ao design de produto, foi seleccionada para participar na Clarkenwell Design Week, um festival anual, com a duração de três dias, que recebe trabalhos na área do design.

Este evento contempla também um programa de workshops, apresentações, lançamentos de produtos e debates.

Masemba compra títulos da Media Capital

A empresa luso-angolana Masemba adquiriu títulos da Media Capital. A Lux, Lux Woman e Revista de Vinhos são alguns dos meios negociados. A Masemba resulta de uma parceria entre a consultora angolana Semba Comunicação e a portuguesa Até ao Fim do Mundo. A aquisição destes títulos é a primeira aposta da Semba como detentora de meios de comunicação social. Fundada em 2006, começou como agência de comunicação dedicada a projectos de branding tendo entretanto expandido a sua actividade para a área da produção de conteúdos audiovisuais.

CGD em campanha da McCann e da Havas

“Há um banco que está a ajudar o país a dar a volta” é a assinatura da nova campanha da CGD, da responsabilidade da McCann e da Havas Media. Da campanha fazem parte anúncios ao contrário, nas sucursais da Caixa Geral de Depósitos, que pretendem mostrar como a banca está a ajudar o país. Presente em Imprensa, rádio, televisão, cinema, digital, outdoor, corporate TV e ponto de venda, até Julho, a campanha apresenta um novo conceito gráfico, uma nova música e uma assinatura.

Santa Fé cria para a Pans & Company

A Santa Fé Associates criou uma campanha com o mote “Tradições Portuguesas” para a Pans & Company. Os novos sabores, criados pelo chef Fernando Santos, vão ser comunicados em outdoor, com redes de mupis, bem como nas redes sociais e nas lojas da marca. Em comunicado, a marca

afirma que esta é “a oportunidade perfeita para apostar na criação de um conceito único para as novidades Pans. Um conceito que corresponde à procura crescente da portugalidade através dos sabores mas sem nunca esquecer a inovação”.

JC Decaux e OMD soltam as girafas

O filme “A Ressaca – Parte III” fez com que andassem girafas à solta em Lisboa. A realização da campanha ficou a cargo da JC Decaux Innovate e da OMD, numa acção para a Columbia Tristar Warner, com produção da Creative Events. A girafa gigante, com uma cabeça em 3D volumétrico esteve no Saldanha e ainda no Chiado. A campanha conta também com uma rede de 1350 mupis por todo o País.



Voar mais alto!

A chuva ameaçou estragar a festa mas no final tudo correu bem. A tarde ia longa quando os convidados dos Papies 2013 começaram a chegar à Casa dos Arcos da Boavista, no coração da cidade do Porto. Tal como aconteceu nos últimos 22 anos, após a exposição dos trabalhos e depois de chegarem os cerca de 270 convidados, chegou a altura de dar entrada à sala do jantar. A gala de 2013 foi diferente e, em certa medida, tal também pode ser atribuído aos rostos que ajudaram a divulgar os premiados do ano. Falamos da jornalista Inês Gonçalves, conhecida em especial pelos programas ligados ao desporto, e do apresentador Jorge Gabriel, que durante anos foi um dos rostos da Praça da Alegria. O grande prémio da noite - O Trabalho Gráfico do Ano foi para o livro “BA – Marca com História no Vidro da Embalagem”, impresso pela Orgal. Mas não foi o único. A atribuição do prémio de Personalidade Gráfica do Ano foi uma surpresa. Até à altura de fechar a sondagem não se percebia claramente quem seria o vencedor. Para surpresa geral, eis que se verificou que o prémio teria não um mas dois vencedores. E de uma cajadada só se premiaram duas gerações: Fernando Marques e Rui Maia. “A Ocyan é grande na cor, grande no sonho e grande na ambição de continuar a ser uma referência na indústria gráfica em Portugal”. É assim que a Empresa Gráfica do Ano explica a sua filosofia. Pedro Santos diz: “Foi com muita satisfação que recebemos o prémio de gráfica do ano! É para nós motivo de orgulho sermos reconhecidos pelo nosso trabalho. E aproveito para agradecer publicamente a todos os que votaram na



Ocyan. Mas o meu maior agradecimento vai para todos aqueles que diariamente ajudam a manter de pé este projecto, com o seu empenho, com a sua dedicação e com o seu saber: os cerca de setenta elementos que fazem parte desta equipa. Para eles, um muito obrigado”. O júri foi composto por vários profissionais independentes, uma vez que não têm laços com as empresas patrocinadoras ou com a própria revista. Em 2013, o júri é composto por Avelino Costa, reformado da direcção de produção da Mirandela; Diogo Martinho, professor de Artes Gráficas e Design Gráfico na Escola Profissional Val do Rio; Rui Sebroso, coordenador do Mestrado em Tecnologias Gráficas no Instituto Superior de Educação e Ciências de Lisboa; e Vítor Pedro, docente de Pré-media na Licenciatura em Design e Produção Gráfica do ISEC. Em 2013, os patrocinadores são: Antalis; Azevedo & Albuquerque; Brilho Ibérica; Epple Druckfarben; Epson; Esko; Fedrigoni; Fujifilm; Grafopel; H2Mi Graphic; Holmen Paper; Inaset; Konica Minolta; Manter; Renovaprinte; SafetyKleen; Serve; Sistrade e Soporset.

InDesign: índice automático

Na sequência dos artigos anteriores, em que se explicou como automatizar a numeração e os cabeçalhos, foi escolhido o tema do “índice automático”. Na versão inglesa é um TOC (Table of Contents), enquanto na versão em português do Brasil se designa Sumário. Em ambos os casos está localizado no menu Layout.

COM O APOIO



DOPAPEL

CONCURSO DE DESIGN

CRIA O LOGÓTIPO DOS PAPIES 2014 E GANHA A TRIPLICAR!

- A SUBSCRIÇÃO ANUAL DA ADOBE CREATIVE CLOUD ([HTTPS://CREATIVE.ADOBE.COM](https://creative.adobe.com))
- A ASSINATURA DA REVISTA DOPAPEL
- O CONVITE PARA A NOITE DE GALA DAS ARTES GRÁFICAS



CONSULTA O REGULAMENTO EM WWW.DOPAPEL.COM
E ENVA A TUA PARTICIPAÇÃO PARA PAPIES@DOPAPEL.COM
MAIS INFORMAÇÕES ATRAVÉS DO TELEFONE: 210 146 015

MAIO 2013



Antalis compra negócio de distribuição de papel da Xerox

A Antalis anuncia que pretende comprar o negócio de papel da Xerox, na Europa Ocidental. Do negócio, que está ainda sujeito à aprovação das autoridades europeias da concorrência, fazem parte os direitos exclusivos para comercializar e distribuir os suportes de impressão da marca Xerox. O negócio de papel cópia da Xerox emprega cerca de 280 pessoas em 16 países, que deverão passar para a Antalis, e tem vendas anuais de cerca de 300 milhões de euros e um volume que representa 280 000 toneladas de papel. Com esta aquisição, a Antalis vai reforçar a posição no mercado de papel cópia na Europa Ocidental, expandir a base de clientes e ter acesso a novas redes de vendas, reforçar as parcerias estratégicas com os fornecedores e melhorar a rentabilidade e eficiência operacional, em particularmente na logística, maximizando a capacidade de armazenamento.



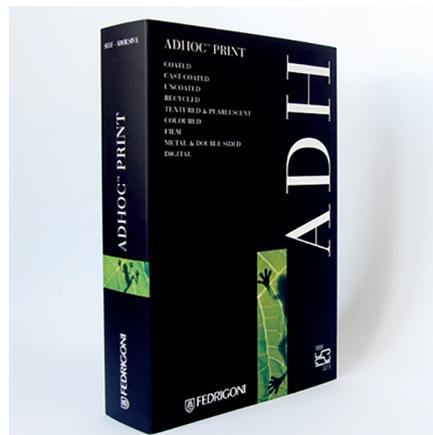
Bestinver Gestión aumenta participação na Altri

A Bestinver Gestión, gestora de activos com sede na vizinha Espanha, aumentou a participação que detinha na Altri para 5,01%, e é assim obrigada a prestar informação ao mercado. A Bestinver Gestión passou de 9.960.051 acções para 10.269.347 acções, segundo comunicado publicado pela

Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM).

Produção e consumo de papel abrandam em 2012

A Confederação Europeia das Indústrias de Papel (CEPI) acaba de lançar um relatório de estatísticas da indústria de pasta e papel na Europa, que dão uma imagem clara do desempenho do sector em 2012. O estudo revela que o consumo global de papel e cartão caiu 3,8% no ano passado. A produção de pasta e papel em 2012 continuou a ser afectada pela desaceleração económica que começou em meados de 2011.



Fedrigoni lança novo catálogo ADHOC Print

A Fedrigoni está a lançar o novo catálogo do ADHOC PRINT, onde amplia a classificação dos papéis adesivos, incorporando produtos da colecção anterior. O catálogo reúne uma selecção dos papéis mais adequados para todas as situações em que o projecto exige durabilidade e prestígio. No novo catálogo pode encontrar papel auto-adesivo de uma face, papéis com dupla face adesiva, revestidos, não revestidos, adequados para offset e impressão digital (Indigo, Xerox), entre outros.

Portucel Soporcel volta a combater incêndios

O grupo Portucel Soporcel vai investir, em 2013, mais de três milhões de euros na prevenção e apoio ao combate aos incêndios florestais. No seguimento da estratégia seguida nos últimos anos, e atendendo a que mais de 90% dos incêndios florestais em Portugal têm origem em acções humanas de uso negligente ou intencional do fogo, a Portucel Soporcel tem como prioridade o investimento na prevenção.

Lidergraf abre delegação em Lisboa

A Lidergraf está, desde o início de Julho, a trabalhar com uma delegação em Lisboa. O "investimento foi efectuado em contraciclo com o estado actual da economia e do sector de actividade em que se insere, representa uma clara aposta da empresa numa atitude comercial mais empenhada, próxima, participativa e, simultaneamente, mais

activa e criativa na abordagem ao mercado e a potenciais clientes" refere a empresa em comunicado. A delegação sul encontra-se no Edifício Diogo Cão, na zona de Alcântara Norte, em Lisboa.

Recheio da Peres-Sotcip rende mais de dois milhões

Após ter encerrado as portas, a Peres-Sotcip levou os seus equipamentos e materiais a leilão. Os bens da gráfica de Porto Alto renderam 2,4 milhões de euros. No leilão participaram cerca de 300 pessoas, além de alguns interessados que acompanharam o leilão através da internet. Com as receitas do leilão, a Peres-Sotcip vai acertar contas com os 182 trabalhadores que são credores da empresa que entrou em insolvência em 2012. A Peres-Sotcip era uma das maiores gráficas do país e dedicava-se maioritariamente à produção de livros, revistas e outros trabalhos de impressão comercial.

Digisfera realiza imagem gigapixel para Copa das Confederações

A empresa portuguesa Digisfera, especializada em imagens panorâmicas em alta definição e desenvolvimento de software para a área da fotografia, criou a imagem Gigapixel da final da Copa das Confederações que se realizou no Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro. Além da captura e pós-produção da imagem, para a qual foram necessárias 384 fotos, a Digisfera usou a sua aplicação PanoTag que permite aos espectadores identificarem-se na fotografia adicionando "tags" e partilharem essa informação nas redes sociais.



Paleta de Ideias comemora 18 Anos

A Paleta de Ideias comemorou 18 anos de actividade e para o assinalar decidiu organizar um convívio entre colaboradores e familiares. A empresa foi fundada em 1995 e em 2001 passou a fazer parte do grupo Primavera. Já em 2007 adquiriu a Sensoria, uma empresa de webdesign e tecnologias da internet. Para o futuro, a empresa prevê novos desafios sem especificar os trunfos que tem na manga.

Gallus vai vender sistema Heidelberg

A Heidelberg e a Gallus assinaram um acordo internacional de vendas e serviços para a distribuição dos sistemas de impressão Heidelberg Linoprint L. O acordo tem efeito imediato na Alemanha, Itália, Polónia, Espanha, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá e Austrália através da rede de vendas

da Gallus. Outros mercados seguir-se-ão gradualmente.

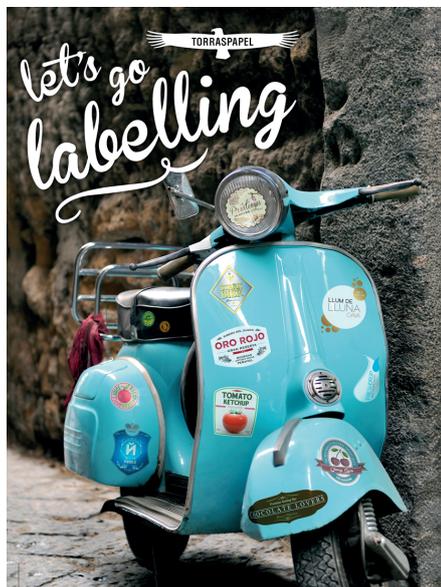


RHO P10 é a melhor híbrida

Na FESPA 2013, entre 25 e 29 Junho, em Londres, a Rho P10 foi nomeada vencedora do prémio EDP para “Melhor máquina de impressão UV híbrida”. A inovação é o principal critério para seleccionar os “melhores produtos do Ano”.

Publicidade cresce no mundo, mas em Portugal a tendência é inversa

A Manga Global divulgou previsões de crescimento global do mercado publicitário. O crescimento deve rondar os 6% já em 2014, mas a tendência favorável não deve verificar-se em Portugal. A agência prevê ainda que “em 2014 deverá registar-se uma performance mais notória, com um crescimento de 6,1%. Os meios digitais continuarão a ser o motor do investimento publicitário global (devendo crescer 13% em 2013), com destaque para o search (+15%), os formatos vídeo (+21%), o mobile (+54%) e os formatos em media social (+40%). Os eventos globais são tradicionalmente fortes impulsionadores do investimento publicitário televisivo, pelo que 2013 ressentir-se-á da ausência deste tipo de eventos, mantendo-se como o meio de maior peso (40%), a televisão deverá crescer apenas 2% em 2013, depois de ter crescido 5% em 2012. A imprensa deverá continuar a decrescer, enquanto rádio poderá crescer 1% e exterior 3%”.



A caminho da Labelexpo!

A edição da Labelexpo promete ser a maior de sempre, desde que abriu as portas há 33 anos atrás. Com um recorde de 28 636 visitantes em 2011, oriundos de 123 países, a Labelexpo Europe destina-se aos conversores e impressores de etiquetas e embalagem, gráficas comerciais, gestores de marcas, designers e fornecedores da indústria.

The Inkjet Trail é o nome do workshop que vai mostrar e comparar diferentes tecnologias nos mesmos substratos. Print Your Future é o espaço que ficará a cargo da HP Indigo e respectivos parceiros, que contam demonstrar como se vai transformar o negócio e adicionar valor ao produtor.

Durst apresenta a Tau 330

A fabricante de equipamentos industriais de impressão digital, Durst, vai apresentar a nova versão da máquina para impressão de etiquetas a alta-velocidade, a Tau 330. A nova versão da máquina incorpora um novo sistema digital laser de acabamento em linha. O sistema inclui a tecnologia de estampagem a laser da Spartanics.



Auto-adesivos para a cerveja artesanal

O papel é quase tão velho como a comunicação, lembra a Manter, mas é tão versátil quanto um microchip avançado. Para a Labelexpo 2013, a Manter quer surpreender com um novo catálogo de suportes com superfícies surpreendentes, texturas tácteis, cores fortes. Papéis que podem ser impressos de todas as formas imaginárias, e que são funcionais e adequados para a mais variada criatividade. Na feira vai ser apresentada a “The Craft Beer Label Collection”, uma selecção de 20 papéis auto-adesivos diferentes, que são resistentes à água e à imersão em água ou gelo.

Criatividade na nuvem!

A Adobe anunciou o fim de uma era e a aceleração da mudança para um modelo de negócio baseado na nuvem, ou como é mais conhecido: na Cloud. A empresa anunciou uma actualização significativa da Adobe Creative Suite, que passa agora a ser conhecida por Adobe Creative Cloud. Esta mudança para a Creative Cloud (CC) assinala, acima de tudo, o repensar de todo o processo criativo, uma vez que agora o utilizador gere as aplicações que pretende ter no desktop a partir da assinatura que faz com a Adobe. Esta nova edição é ainda

assinalada por capacidades melhoradas na colaboração inter-dispositivos e na edição. Com esta actualização, os ficheiros criativos podem ser armazenados, sincronizados e partilhados, via Creative Cloud, no Mac OS, Windows, iOS e Android. A estas plataformas juntam-se serviços profissionais prestados pelo Béhance, a comunidade criativa online líder mundial, adquirida recentemente pela gigante do software. Nessa plataforma, que funciona como uma rede social, os criativos podem apresentar o seu trabalho, receber feedback sobre projectos e ganhar exposição a nível global.

Inaset Challenge 2012: outro nome para o mesmo papel!

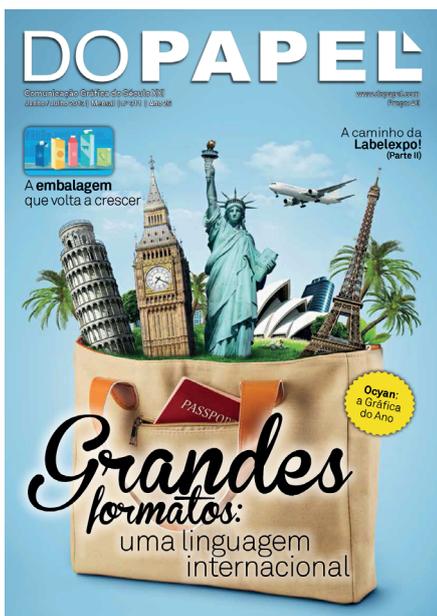
Na terceira edição do Inaset Challenge, a Portucel Soporcel deixou um desafio muito claro aos alunos de Design de Comunicação na Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa (FA-UTL). O professor Gonçalo Falcão, responsável pela orientação do projecto na faculdade, orientou os alunos que receberam um briefing de Paulo Martins, Brand manager da marca Inaset no grupo Portucel Soporcel. Os alunos de Design de Comunicação deveriam criar uma peça para mailing, tendo em conta critérios que são importantes no departamento de marketing de qualquer marca: inovação e custo de produção. Os alunos tinham que comunicar que o papel Inaset Plus Laser vai passar a ter outra designação, Inaset Plus Digital, apesar de continuar a manter a mesma qualidade de sempre. O primeiro prémio foi para o trabalho “Spot The Differences” de Inês Santos, Constança Sorumenho e Catarina Pereira. O segundo prémio foi para “How would you represent change” de Diogo Martins, Rita Sousa e Erika Gliona.

A UVPlast e a vida depois da Pando

Foi há quase cinco anos que a UVPlast mudou de mãos. Desde então, a empresa mudou, moldou-se às circunstâncias e cresceu. A mais recente mudança ocorreu no início de 2013, com a aquisição das máquinas e negócio da Pando – Acabamentos Gráficos.

Foi no final do ano passado que se apresentou a possibilidade. Sérgio Albuquerque não hesitou e depois de ponderar todas as possibilidades e implicações, arriscou. “Quando começamos com a UVPlast começámos com um volume inferior de facturação e estávamos completamente expostos a qualquer problema que pudesse existir, pois este é um trabalho que exige muitas horas. Tivemos até que fazer alguns investimentos para não correr riscos devido a avarias com máquinas, que pudessem vir a prejudicar os clientes” conta Sérgio Albuquerque. E foi quando estava a avaliar a aquisição de uma nova máquina de serigrafia quando se apresentou a oportunidade de dar um passo ainda maior. A UVPlast estava na Zona Industrial da Espinhosa mas encontrava-se agora nas instalações que já foram da Pando, na Zona Industrial da Maia I, no sector II, uma zona sobejamente conhecida pela actividade e pela concentração de empresas dos mais variados sectores.

JUNHO/JULHO 2013



PaperTyger distribuído em Portugal

A Antalis continua a ampliar a oferta de especialidades para impressão com a incorporação da linha de papel laminado resistente à água e à ruptura PaperTyger. A marca proporciona uma durabilidade comparável à de qualquer sintético e as propriedades de impressão e transformação do papel comum. Sem dissolventes, oxo-biodegradável e certificado FSC, o PaperTyger é uma opção para combinar qualidade com sustentabilidade.

Portucel Soporcel revela resultados do primeiro semestre

O volume de negócios gerado pelo grupo Portucel no primeiro semestre de 2013 aumentou 1,8% face ao primeiro semestre de 2012, atingindo 756,1 milhões de euros. Apesar do contexto económico adverso, o desempenho dos negócios de pasta e de energia permitiu um crescimento do valor global das vendas.



Exportações europeias de papel para publicações diminuem 9,6 %

De acordo com as novas estatísticas da Euro-Graph, a Associação Europeia de Produtores de Papel Gráfico, verifica-se que as exportações totais de papel em Maio de 2013 diminuíram 8,6% em relação ao período

homólogo de 2012. Em Maio, o total de exportações europeias de papel jornal caíram 9,6% em relação a Maio de 2012, e o mesmo aconteceu com o papel SC-Magazine. A Euro-Graph é a Associação Europeia de Produtores de Papel Gráfico, que representa os sectores da indústria de papel de jornal, revista, e papel fino.

China: Procura de papel aumenta na próxima década

A China vai continuar a experimentar um aumento de procura por papel gráfico (impressão, escrita, e jornal) ao longo da próxima década, apesar de alguns mercados na China já estarem a amadurecer. De acordo com um novo estudo divulgado pela RISI, a actividade económica saudável e melhores padrões de vida vão apoiar esse crescimento.

Nova norma para calcular a pegada de carbono

O projecto Verdigris anunciou a publicação da norma ISO 16759, o standard que descreve o quadro para quantificar e comunicar a pegada de carbono dos meios impressos. A norma não é uma calculadora de carbono, mas é uma especificação para o que as calculadoras de carbono devem contemplar no cálculo da pegada ecológica dos produtos impressos.



Fujifilm organiza seminário em Portugal

A Fujifilm reuniu, no Hotel Marriot, algumas dezenas de clientes para falar acerca do Fluxo de Trabalho XMF e para dar uma visão generalista de como decorrem as actividades da empresa, actualmente. No seminário estiveram presentes vários representantes portugueses da multinacional, como António Alcalá, o director geral, António Constantino, responsável pela área de sistemas gráficos e ainda John Davies, Business Strategy Manager da Fujifilm Europe.

3M lança gama de vinis translúcidos

A 3M lançou uma gama de vinis translúcidos para LED's. São vinis Envision Translúcidos e Difusores, que visam ajudar os fabricantes de reclamos luminosos na transição para uma das tecnologias do futuro. Permite uma produção com maior luminosidade e, ao mesmo tempo com menor necessidade de fontes de luz. Evita assim a necessidade de

acrescentar mais LED's para alcançar o nível de luminosidade pretendido.

Primeira Rho 1030 vai para a Irlanda

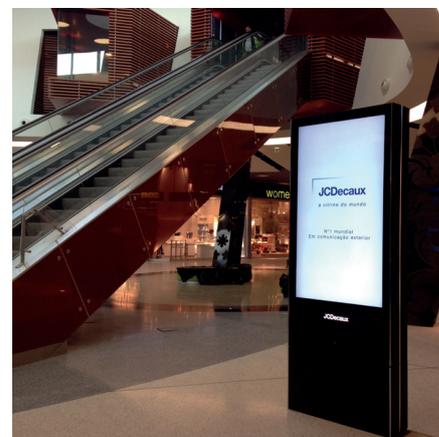
A primeira Durst Rho 1030 está a caminho da Irlanda, mais precisamente para a McGowans, sediada em Dublin. A Rho 1030 é uma máquina plana capaz de trabalhar a velocidades de produção até 1000 m² / hora, com tecnologia Quadro Array 30M na cabeça de impressão, o que significa que tem mais de 65000 injectores.

E.U.A.: as ferramentas da grande distribuição

A Forrester e a Shop.org levaram a cabo um estudo acerca do investimento em marketing nas cadeias de distribuição, nos Estados Unidos da América. A publicidade nos motores de pesquisa é onde as empresas de distribuição mais investem. O correio electrónico, com uma taxa de resposta de 40%, sobretudo nos formatos móveis, é outra das apostas para o mercado da publicidade. Já as redes sociais são um meio de veicular novas histórias sobre a marca e engajar os consumidores. Mais de metade das empresas que participaram no estudo assegurou que vai investir mais em acções na rede social Facebook, do que já haviam investido no ano de 2012, assim como no Pinterest, no Twitter, Instagram e YouTube. Inegável é a importância do canal de dispositivos móveis.

Mupis digitais na Portela

A JCDecaux instalou mupis digitais no Aeroporto da Portela, em Lisboa. A acção vem no decorrer de uma parceria com a ANA Aeroportos, sendo referido que "a integração dos novos formatos digitais confere flexibilidade às mensagens, impacto visual, dinâmica e possibilidade de interacção à comunicação das marcas". A inaugurar a publicidade do novo meio estão as marcas Santander Totta, Talentia e Swatch. Em breve, os mupis digitais também vão chegar ao Porto, ao Aeroporto Francisco Sá Carneiro, e a Faro.



Pagar o "canudo" com ideias

A ideia é da Lisbon Ad School e propõe o pagamento do curso em ideias. Quanto mais ideias aprovadas o aluno tiver, maior é o desconto no pagamento do curso. Ou seja,

para ter um curso sem custo financeiro, um aluno da Lisbon Ad School teria que ter três ideias por dia. Mensalmente, os professores – diretores de criação em diversas agências – escolhem os melhores trabalhos, que revelam os novos talentos.

No rescaldo da Fespa 2013

A mudança da Fespa para Londres proporcionou uma diversidade de visitantes, com mais de dois terços oriundos de países exteriores ao Reino Unido. Os visitantes da Fespa e da European Sign Expo (ESE) foi composta, maioritariamente, por decisores, com 71,3% a ser um elemento de influência na decisão de compra e, desses, mais de metade tinha a palavra final na decisão. Com 37460 visitantes únicos a entrar no recinto de exposições ExCel, durante os cinco dias da feira, não ficaram dúvidas de que a feira excedeu os resultados da Fespa realizada em Munique no ano de 2010. O facto de Londres ser um ponto incontornável de tráfego internacional, verificou-se uma maior comparência de empresários da Australásia (+66%) e América do Norte (+45%) comparado com o evento alemão, de 2010. Os visitantes da África subsaariana duplicaram quando em comparação com 2010 e reforçaram a importância do lançamento da data da Fespa em 2014, que vai decorrer em Joanesburgo, na África do Sul, durante o mês de Julho. Depois do Reino Unido, o maior grupo de visitantes foi oriundo de países como a Alemanha, o Benelux, França, Itália e Espanha, reforçando a importância deste evento para os segmentos dos formatos grandes e extra-grandes nos mercados da Europa Ocidental. Londres provou ser um destino apelativo para as empresas gráficas das regiões Bálticas e Nórdicas, com um aumento de 68% quando em comparação com a última edição.



A Ocyan e a visão desapaixonada do negócio

A Ocyan surge a 28 de Janeiro de 2010, enquanto marca do grupo GPI Prodigit, para juntar as diferentes áreas de actividade. Adoptou como lema “Printing Waves of Innovation” e rapidamente se distinguiu a ponto de ser eleita como a melhor de 2013. A GPI foi criada em 1996, como uma empresa de pré-impressão e só em 2000 nasceu a Prodigit, vocacionada para a impressão digital de grandes e médios formatos. Já no ano de 2002, a GPI adquire equipamento offset digital, passando as duas empresas a oferecer, em conjunto, um serviço completo

de pré-impressão e impressão digital em pequenos, médios e grandes formatos. Em 2008, criam uma nova unidade de negócio - GIO (Gabinete de Impressão Offset). Com as três empresas - GPI, Prodigit e GIO - o grupo passa a oferecer aos seus clientes um serviço completo de produção gráfica. Já no final de 2012, a empresa integrou a RMG Direct. A doPAPEL foi falar com Pedro Santos, responsável pelo grupo.

Soluções de corte na Labelexpo

A Polar vai apresentar, na Labelexpo, soluções que “garantem uma produção de etiquetas eficiente”. A marca vai levar à feira uma série de componentes autónomos para pequenas e médias tiragens, assim como sistemas em linha para a produção de etiquetas industriais, tais como selos fiscais, rótulos de garrafas, entre outros. Além de um sistema composto por um elevador e um cortador de alta-velocidade, a Polar também vai demonstrar o funcionamento do DC-M. O elevador LW 1000-4 também estará em exposição para mostrar como eleva automaticamente o material à altura de trabalho ideal para o operador.



Müller Martini e a combinação de técnicas

A impressão de dados variáveis em offset rotativo pode trazer vantagens para as embalagens flexíveis. Quem o diz é a fabricante Müller Martini. A multinacional vai levar as várias possibilidades das máquinas de impressão para a fabricação de rótulos Termo retrácteis e embalagens flexíveis à Labelexpo. O visitante da exposição vai descobrir, em primeira mão, as últimas novidades em máquinas de impressão Alprinta VSOP e V. O foco deve não só ser colocada no processo de impressão, mas também na pré-impressão e manipulação. Numerosas amostras de impressão mostram a grande gama de substratos para impressão, tal como o polietileno. O offset em bobina traz benefícios económicos múltiplos: menores custos de formatos de impressão, um número maior de variantes de substratos, um melhor desempenho ambiental. A Muller Martini irá demonstrar todas estas vantagens com a VSOP e a Alprinta V. Ambas as máquinas imprimem formatos variáveis de alta diversidade em impressão offset. Também é possível a integração da impressão flexográfica, impressão digital e rotogravura para a impressão de embalagens, como os mais variados processos de manipulação subsequentes em linha, para refinar e aperfeiçoar produtos impressos. Numa parede magnética especial, a Müller Martini mostra aos visitantes combinações possíveis de design como um quebra-cabeças com máquinas de impressão. Assim, cada pessoa interessada pode criar a sua própria imagem

da configuração da máquina de impressão que melhor lhe convier.

Mimaki a branco e prata

A Mimaki vai demonstrar, na Labelexpo, as suas capacidades com tintas brancas e prata, a capacidade de tirar proveito de uma folha tamanho maior para trabalhos múltiplos, e as suas soluções de corte near-line optimizado para trabalhar curtas tiragens. A Mimaki vai ter em exposição as séries CJV30, a máquina UJF6042 e as séries J400SUV e JV400LX.

A embalagem que volta a crescer

A Tetra Pak lançou uma campanha de marketing global para informar os consumidores sobre o que são materiais renováveis e qual o seu contributo para a protecção do planeta. A campanha “A embalagem que volta a crescer” procura, de forma lúdica, contribuir para o aumento da consciencialização e compreensão do consumidor, explicando a importância da gestão responsável de recursos e da utilização de materiais renováveis.

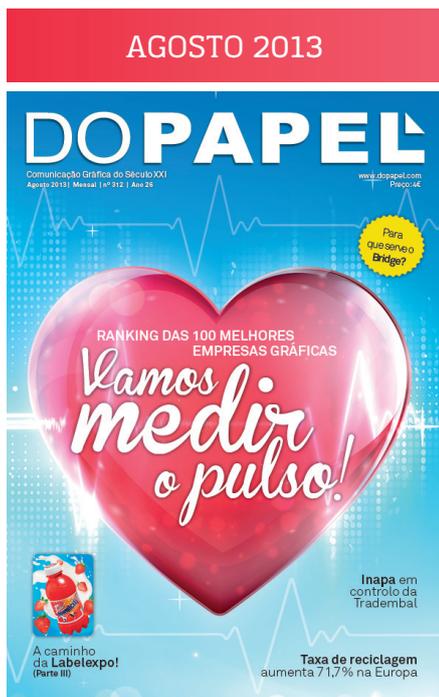


Konica Minolta: Mais perto dos clientes do Norte

A Konica Minolta organizou uma “Open House”, no Holiday Inn Porto Gaia, em Vila Nova de Gaia. Aos clientes que aceitaram o convite, a Konica Minolta mostrou as estrelas da produção, nomeadamente as Press C 8000, Pro 951 e C754. De porta aberta, a Konica Minolta recebeu os convidados, tendo como anfitriões Manuel Matos (Production Printing Division Manager), Nuno Sacadura (Product Specialist) e diversos outros elementos de uma equipa motivada para comunicar, mesmo, ou sobretudo, em tempos de crise. Segundo Manuel Matos, 2013 é um ano fraco em termos de feiras vocacionadas para o sector e a empresa sentiu necessidade de manter uma proximidade com clientes e amigos, abrindo-lhes a porta para, de forma personalizada mostrar os equipamentos, dar informações específicas, tirar dúvidas, comunicar mais e melhor, em suma.

Integração entre Photoshop, InDesign e Illustrator

Depois de no artigo anterior termos abordado o comando Place do InDesign, aprendemos como os três programas da Adobe Creative Suite se complementam.

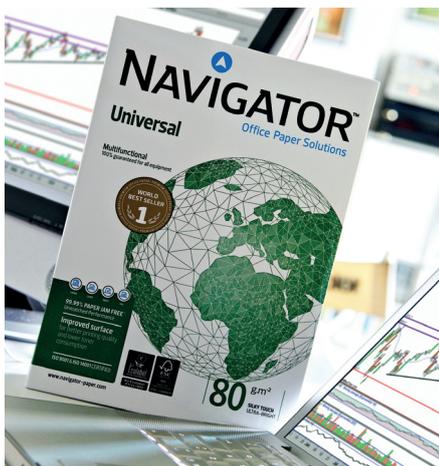


Antalis com novo catálogo de serviços

A Antalis Portugal vai apresentar um novo catálogo de serviços, com valores actualizados. “Como prova a experiência diária, os Serviços marcam a diferença num ambiente económico cada vez mais competitivo. É por esta razão que Antalis desenvolveu a sua gama de Serviços, para o ajudar a expandir a sua actividade e conseguir novos clientes”, divulga a empresa. Entre os serviços que os clientes podem solicitar estão a assessoria, a formação, serviços à medida, personalização de produto, logística de valor acrescentado, ferramentas online e atenção ao cliente. O catálogo estará disponível através dos comerciais.

Portucel Soporcel consolida presença em Moçambique

A Portucel Soporcel marcou presença na Feira Agro-pecuária, Comercial e Industrial de Moçambique (FACIM), que decorreu em Maputo entre 26 de Agosto e 1 de Setembro de 2013. O objectivo foi divulgar o projecto de investimento que o grupo está a desenvolver em Moçambique e promover as marcas de



papel premium. Lá estiveram em destaque as marcas Navigator, Discovery e Soporset.

Taxa de reciclagem aumenta 71,7% na Europa

O European Recovered Paper Council anunciou um aumento da taxa de reciclagem de papel e cartão na Europa: 71,7%. De acordo com ERPC, o consumo actual na Europa caiu de 13% para o nível de 1998, mas a quantidade de papel reciclado é 1,5 vezes mais do que em 1998. Os relatórios ERPC mostram que a fibra de papel é reciclada 3,5 vezes por ano, enquanto no resto do mundo isso só acontece uma média de 2,4 vezes. O número de países europeus com uma taxa de reciclagem inferior a 60% diminuiu, e há 13 países onde as taxas de reciclagem de papel ultrapassam 70%.

Alta-costura em papel na FachPack

Na sua primeira participação na FachPack, a Sappi Fine Paper Europe pretende fazer uma apresentação impactante dos materiais de embalagem high-end. A Sappi criou um vestido de papel que consiste em pacotes de várias formas. O vestido, que pesa 15 kg foi construído com 280 pacotes e 320 sacos de chá, usado por uma modelo viva e foram feitas cerca de 500 fotos pelo fotógrafo Xavier Harco.

Nova fábrica de embalagem na Rússia

A fabricante Paper Modern Packaging, com sede em Moscovo, vai abrir uma nova fábrica de papel canelado na Primavera de 2014. O investimento de 40 milhões de dólares deverá criar 180 novos postos de trabalho na região de Chelyabinsk. Espera-se que a fábrica produza 180 milhões de m² por ano de cartão canelado com duas, três e cinco camadas.

Investigação sobre pasta recebe subsídio

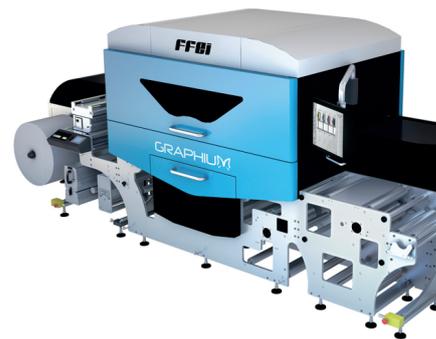
Dois investigadores da Universidade de British Columbia e do Columbia Institute of Technology britânico vão receber um subsídio de 75000 dólares, no âmbito do Canfor Pulp University Grants Program. O subsídio destina-se a apoiar o projecto de recuperação de monómeros e oligómeros de hemicelulose das fábricas de pasta para utilizar os fluxos de resíduos como aditivos de força em papel.

Tradinveste ajuda Inapa em operação com Tradembal

A Tradinveste assessorou a Inapa na aquisição do controlo accionista da Tradembal, empresa que distribui material de embalagem. A transacção vem em seguimento da aquisição da totalidade do capital da empresa Da Hora, também no sector da embalagem, em Novembro de 2012. A Tradembal tem mais de 20 anos de actividade, com instalações em Lisboa e Porto. Dedicada-se à distribuição de produtos e à conversão, personalização e distribuição de materiais específicos.

Canon com novo serviço de orientação

A Canon lançou uma nova ferramenta de análise de negócio para empresas de artes gráficas. O processo desenvolve-se em sete passos, distribuídos por duas visitas ao cliente com duração de quatro a cinco horas, de forma a perceber o seu negócio. Os passos são os seguintes: Identificação dos principais segmentos de actuação do cliente; Análise da sua performance empresarial actual; Discussão das actuais tendências nos segmentos relevantes para o cliente; Determinação de como o cliente está preparado para lidar com as tendências, tendo em conta o papel do marketing e das vendas e os seus processos de produção; Visão global das principais tendências de mercado que terão impacto no negócio do cliente; Recomendação de orientações estratégicas por segmento de aplicação e Entrega de um relatório empresarial personalizado, da análise dos resultados e do plano de acção. Posteriormente, a Canon trabalha em parceria com o cliente para o ajudar a seguir o plano de acção, usando ferramentas de desenvolvimento como o Programa Essencial Business Builder (EBBP).



Fujifilm lança Graphium – Digital UV

A Fujifilm está a lançar uma nova máquina de impressão digital, a jacto de tinta, que foi desenvolvida e produzida pela FFEI Ltd. A Graphium foi concebida para as empresas de etiquetas, embalagens e trabalhos especializados. É uma impressora UV digital, jacto de tinta, modular, que imprime em quase todo o tipo de substratos. Com capacidade para integrar até cinco módulos digitais e seis flexos, a Graphium possui a característica de poder agregar unidades opcionais de flexo e de acabamento em linha para conversão numa só passagem. A Graphium combina cabeças de impressão com tintas Uvijet e permite a produção de vários tipos de gota com volume que vai desde 6 a 42 picolitros, proporcionando oito níveis de cinzentos. A impressora possui os canais de cor ciano, magenta, amarelo, preto e branco.

Lexmark torna-se fornecedora do FBI

A Lexmark assinou um acordo para ser fornecedora exclusiva de soluções de impressão do Federal Bureau of Investigation (FBI) para os próximos três anos, num negócio estimado em cerca de 30 milhões de dólares.

A QLS deseja a todos os seus clientes

BOAS FESTAS

Equipa com mais de 20 anos de experiência com capacidade de execução em Portugal Continental, Ilhas e África.

Compra e venda de equipamento gráfico novo e usado

Departamento de assistência técnica, mecânica, eléctrica e electrónica

Comercialização de todo o tipo de consumíveis para a indústria gráfica

Mudanças completas de instalações

Contratos de manutenção programada



Comercializamos as marcas:

Máquinas de capa dura



Lâminas para rotativas



Lâminas de aço e tungsténio



Lâminas para corpos de verniz



Lâminas de aço e tungsténio

COMEMA

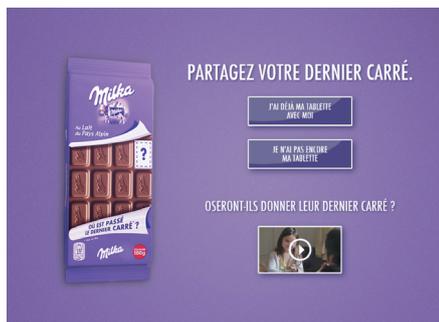
Marcas de consumíveis que comercializamos:



Com uma poupança de mais de 2.5 biliões de dólares até à data, a Lexmark pretende ajudar o governo federal a poupar 10 biliões de dólares em custos até 2020. A Lexmark vai fazer a gestão do parque de impressões para reduzir o número de impressões desnecessárias, controlar os custos totais de impressão e permitir uma autenticação segura do utilizador.

Müller Martini apresenta FlexLiner na WWE

Sob o slogan “Pronto para a rentabilidade”, a Müller Martini vai à World Publishing Expo (7 a 9 de Outubro), em Berlim, para mostrar como os produtores jornais podem melhorar a rentabilidade da sala de correspondência. Com a tendência para haver um maior número de suplementos nas publicações e uma maior tendência para a regionalização, os editores enfrentam vários desafios. A Müller Martini vai demonstrar a flexibilidade do sistema de encartes FlexLiner, apresentado na drupa 2012, em combinação com o sistema FlexPack.



Português retira quadrado às tabletas Milka

Chama-se Miguel Durão e é outro publicitário português que está a agitar o mercado internacional. Responsável por uma nova campanha para os chocolates Milka, Miguel Durão conseguiu convencer a marca suíça a vender tabletas de chocolate às quais falta um dos quadrados. No lugar vazio, sem chocolate, vem antes um código que o consumidor pode usar, na Internet, para enviar o bocadinho de chocolate em falta a alguém especial ou, em alternativa, a reclamá-lo para si próprio. Quem opta por enviar o último quadrado pode fazê-lo acompanhar de uma mensagem pessoal para o destinatário. O objectivo é promover a ternura e reforçar os laços entre as pessoas, assim como aproximar o consumidor da marca.

Catálogo IKEA com realidade aumentada

A marca sueca IKEA está a tirar partido da conjugação dos meios impressos e electrónicos no novo catálogo. Com a ajuda de aplicações móveis e da tecnologia de realidade aumentada, os clientes podem experimentar 90 produtos na própria casa, de modo a poder verificar o tamanho, a forma, a cor e o posicionamento. A marca sueca distribuiu o catálogo na mesma altura que divulgou um estudo e uma campanha de comunicação focada nos mais pequenos.

Vamos medir o pulso!

Com o passar dos anos, a revista doPAPEL foi alterando a forma como procede à análise que permite apurar as 100 Maiores Empresas Gráficas. Sensivelmente até ao ano de 2010 foram publicados os resultados dos inquéritos enviados às empresas gráficas. Muitas se disponibilizavam a colaborar, outras nem por isso, e entre certezas e estimativas eram apurados os resultados. Em 2011, decidimos fazer outra abordagem e elaborar um ranking simples, baseado no volume de vendas, sem IVA, apresentado à Informação Empresarial Simplificada, assim como no número de funcionários à data da entrega do balanço das contas. Recuámos dois anos, a 2009, para garantir que os dados da IES já estariam todos disponíveis, sendo a análise isenta das estimativas anteriores. Com a disponibilização dos dados de 2010, fizemos novamente uma comparação entre dois anos.

Em 2013 voltamos a mudar. Conscientes de que o índice de facturação, por si só, não representa o melhor indicador da saúde das empresas, decidimos ir um pouco mais além. Recorremos novamente à Informação Empresarial Simplificada, apurámos o Activo Líquido, o Passivo, o Capital e o volume de Vendas. Depois da alteração efectuada na forma como se procede ao estudo anual para o ranking chegamos à conclusão que as empresas que apresentam uma maior saúde financeira são a Bloco Gráfico, a Sogapal – Sociedade Gráfica da Paia, e a Novotipo Europa. A Graphicsleaderpackaging, a Amcor Tobacco Packaging, a Naveprinter - Indústria Gráfica Do Norte, a Seda Ibérica - Embalagens, a Empresa Gráfica Funchalense, a Vox - Organização Industrial Gráfica e a Gráfica Maiadouro são as que preenchem a tabela até à décima posição.



Esko apresenta gama completa

A Esko vai demonstrar as soluções Full HD Flexo na Labelexpo. Com trama adaptada e procedimentos operacionais padronizados (POPs), é possível conseguir cores sólidas impactantes, highlights suaves, uma gama de cores expandida, maior estabilidade na impressão e redução das marcas na engrenagem. Em exposição vão estar as máquinas CDI Spark 4835 e o CDI Spark 2420.

Flint Group aposta na nyloflex

A Flint Group vai apresentar a tecnologia nyloflex NExT para a reprodução precisa dos pequenos elementos e gradações de cor. Para a embalagem flexível, o nyloflex NExT

Exposure permite uma colocação otimizada da tinta no processo de impressão e explora todo o potencial que permite melhorar highlights e molduras em vinheta. A tecnologia de exposição baseada em LED permite uma exposição fiável e precisa assim como a reprodução dos mais pequenos detalhes. Na pós-impressão do cartão ondulado, a nyloflex NExT mostra não apenas uma melhoria na reprodução mas também uma redução significativa do efeito canelado. O nyloflex NExT Exposure é voltado para o segmento high-end de rótulos, tubos, copos, bem como a segurança e a impressão de notas.



HP apresenta a HP Indigo WS6600

Um dos destaques da HP, na Labelexpo, vai ser o pacote de melhorias para a HP Indigo WS6X00, que tem como objectivo melhorar a performance da máquina. As melhorias incluem maior capacidade produtiva e eficiência do fluxo de trabalho, além de abrir novas possibilidades através das aplicações de valor acrescentado. A máquina virá acompanhada da suite HP SmartStream Labels and Packaging Workflow Suite, versão 4.0, powered by Esko.

Xeikon prepara maior presença de sempre

A Xeikon afirma que esta vai ser a sua presença mais forte desde que começou a participar na Labelexpo, não só pela demonstração do hardware mas também pela gama de soluções que vai apresentar. Uma das grandes novidades da marca é a apresentação de um toner seco, denominado ICE. O programa “See the proof” dá aos conversores de etiquetas um baixo limiar para testar e avaliar a qualidade da impressão digital dos seus próprios projectos de etiqueta. Os participantes terão a oportunidade de fazer upload de seus próprios arquivos de etiqueta num site dedicado: www.SeeTheProof.com. As etiquetas serão impressas em cinco diferentes substratos - incluindo um substrato PE com o novo toner ICE - e podem ser levantadas no stand Xeikon durante a Labelexpo Europe.

Para que serve o Bridge?

A maior parte dos utilizadores dos produtos da Adobe não utilizam os recursos que o Bridge disponibiliza.

SETEMBRO 2013



Inapa formaliza aquisição da Korda

Após conclusão das condições do acordo assinado com a KHB Beteiligungs GmbH, uma subsidiária da Central Nacional-Gottesman Inc e a Korab International Holding SA, nomeadamente, a aprovação pela Autoridade da Concorrência Turca, a Inapa formalizou a aquisição de 100% do capital social da Korda Kagit Pazarlama Ve Ticaret Anonim Đirketi (Korda). A aquisição da empresa turca faz parte de um plano delineado para o período entre 2013-15, que prevê a entrada em dois novos mercados papel.



Antalis lança campanha de Outono

A Antalis está a realizar uma campanha que começa a 1 de Outubro e termina a 20 de Dezembro de 2013. Cada cliente acumulará pontos por cada compra das marcas em campanha que serão convertidos em Cheques Prenda Sonae Sierra. A campanha abrange todos os clientes que comprem papéis das gamas Conqueror, Pop Set, Curious Collection, SENDme, Rives, Keaykolour, Opale, Satin Natural, Arches Expression, Olin, Sensation, Arjowiggins Digital, DISCOVERme Neblina, Creative Labels, Cyclus, Satimat Green, Fasson, CLA Albus, Carta Solida, Carta Integra, Digigreen, Maine Green, CLA Bristol Cores e Lousã Super – Bristol Branca, Image Digicolor, Cocoon, Polyart, Priplak e Reprint Deluxe.

Fedrigoni revela Arcodesign

A papelreira italiana Fedrigoni lançou um papel para quem procura um suporte resistente, com características mecânicas. O Arcodesign é adequado para aplicações que vão da edição ao packaging, passando pelas etiquetas para peças de vestuário.

Criada exposição permanente do Museu do Papel

O grupo Portucel Soporcel e o Município de Santa Maria da Feira assinaram um protocolo de colaboração para a concepção, produção e montagem de uma exposição permanente no Museu do Papel Terras de Santa Maria, subordinada ao tema "Da Floresta ao Papel". A exposição, com abertura prevista para 2014, será parte integrante do percurso expositivo permanente do Museu e tem como objectivos dar a conhecer o ciclo sustentável da produção de papel e mostrar a história das indústrias de pasta e papel em Portugal. No âmbito da preparação da exposição "Da Floresta ao Papel", o grupo Portucel Soporcel irá doar bens e equipamentos, que vão completar e valorizar os conteúdos sobre a História do Papel em Portugal já patentes no Museu.

Mostruário metalizado para Metalvac

A gama de papéis metalizados da Metalvac acabou de ganhar um novo mostruário, composto por três catálogos, de acordo com o segmento específico a que são destinados. É apresentado numa caixa metalizada, com três catálogos. Um destina-se ao segmento de Wet-glue labels, etiquetas colantes para cervejas e bebidas; outro para as Pressure-sensitive labels, papéis concebidos para serem transformados em lâmina autoadesiva para etiquetas; e a gama para Tobacco & packaging, inner-liners para maços de tabaco, papel de embrulho, tabletes de chocolate e produtos alimentares em geral.

Renova apresenta arte em Toronto

A Renova apresentou na Nuit Blanche, de Toronto, o pavilhão World House Renova, uma instalação artística desenvolvida a partir da gama de produtos coloridos. Para a noite dedicada à arte contemporânea, a Renova trabalhou em parceria com uma equipa de designers e artistas da Escola de Design George Brown de Toronto, liderada pelo arquitecto e designer industrial Luigi Ferrara. A World House Renova, uma representação abstracta de uma casa conceptual, enquadrando esculturas desenvolvidas a partir de rolos de papel colorido. É um projecto modular de dimensões que pode assumir formas variadas, reinventado configurações e criando novos significados.

Matérias-primas para tintas com custos a escalar

O custo das resinas, pigmentos, aditivos e solventes estão a aumentar. Essa é a justificação para o aumento do preço das

tintas, que os usam como componentes, como as tintas heatset e coldset da Siegwark. Para o negócio dos meios impressos, os preços para resina de goma e derivados subiram dramaticamente nas últimas semanas e continuam a subir, numa tendência que já significa um aumento de mais de 40% nas últimas semanas.

Esko revela nova Kongsberg

A Esko vai lançar uma plataforma completamente nova, a Kongsberg C64, durante a Expo SGIA 2013. Entre os muitos novos recursos está a inovadora tecnologia travessa de compósitos que fornece a taxa de transferência mais rápida de output onde a qualidade não é prejudicada, quando em comparação com outros sistemas do mesmo tamanho. A máquina trabalha com materiais com um tamanho de 3210mm por 3200mm ou 3210 mm x 1600 mm, no caso do modelo C60.



Pixartprinting compra Komori

A Pixartprinting assinou um acordo com a Komori para a instalação, em Janeiro de 2014, de uma nova Lithrone GL 840 P, com oito cores, formato 70x100 e com mudança de placas sincronizada. A máquina offset vai-se juntar aos dois sistemas já instalados em 2012 na Pixartprinting, que vão ser actualizados com as novas capacidades do software do novo modelo. No horizonte fica ainda a previsão de uma quarta Komori Lithrone GL 840 P, prevista para a próxima Primavera. A decisão foi tomada após a análise de uma tendência de crescimento da empresa que prevê atingir um aumento no volume de negócios em torno dos 36%, com um resultado previsto de 56 milhões de euros. O crescimento do offset registou um aumento de 200% em relação ao ano anterior, com uma incidência igual a 35% no volume total de negócios.

Epson lança nova máquina para têxtil

A Epson aumentou a sua linha de impressoras têxteis com a SureColor SC-F2000, a impressora de impressão directa de t-shirts e de outras peças de vestuário. O software Epson Garment Creator é também fornecido, incluindo uma função de cálculo de custos que permite estimar o custo de impressão ao calcular a quantidade e o custo da tinta utilizada em cada trabalho de impressão. A SC-F2000 está apta a imprimir uma t-shirt branca em 27 segundos em modo de cor dupla

e uma t-shirt de cor escura em 111 segundos com tinta branca e a cores. Quando utilizada com a tinta Epson UltraChrome DG (disponível em tinteiros de 250 ou 600 ml), a SureColor SC-F2000 adequa-se à impressão sobre tecidos escuros, uma vez que a tinta branca é resistente. A tinta branca circula no interior do sistema e foi concebida para reduzir o entupimento. A SC-F2000 oferece uma resolução máxima de 1440x1440 e a tinta ecológica foi premiada com uma certificação de peças Oeko-Tex Standard 100, o que significa que não contém substratos nocivos. A SureColor SC-F2000 estará disponível a partir de Novembro de 2013.

Multifunções com toner apagável chega a Portugal

Imprimir, apagar e voltar a imprimir. Esta é a promessa do novo sistema multifunções da Toshiba, o primeiro do mundo a utilizar toner apagável: o e-STUDIO306LP. A e-STUDIO306LP funciona em conjunto com o sistema de reutilização e-STUDIORD30, utilizando um toner especial azul que lhe permite rapidamente identificar as folhas reaproveitáveis, apagar os textos, as imagens e notas impressas e utilizar o papel na reimpressão. A marca anuncia que uma folha pode ser reaproveitada pelo menos cinco vezes e que será rejeitada automaticamente pelo sistema que apaga a folha no caso de já não ser viável para a reimpressão.

Uzina cria para a easyjet

A Uzina é a agência responsável pela nova campanha "This Is Generation easyJet", que vai estar disponível em mupis e outdoor, com o planeamento de meios da OMD.

Painel olfactivo para sentir castas

O Continente e a agência de branding sensorial My Sensys juntaram-se para criar uma experiência multissensorial. Com a colocação de um painel olfactivo localizado à entrada da feira. Os consumidores podem experimentar os aromas associados às diferentes castas de vinho nas 40 superfícies Continente espalhadas pelo país.

Content marketing na berra

As novas tendências em termos de marketing e publicidade apontam para a aposta na criação de conteúdos relevantes para os potenciais clientes. Uma pesquisa levada a cabo pela agência Seven, do Reino Unido, indica que apenas 10% das pessoas afirma ter uma atitude positiva em relação à publicidade tradicional, enquanto 57%, admite preferir que as marcas disponibilizem conteúdos através de publi-reportagens. Ainda de acordo com o estudo, 77% dos marketers acredita que os consumidores preferem conteúdos às formas tradicionais de publicidade, mas que isso não é uma novidade e serve propósitos diferentes mas complementares aos da publicidade tradicional.

Fullsix mostra as voltas que a vida dá

«As voltas que a vida dá» é o mote da campanha do Cliente Mais da Caixa Geral de Depósitos, que arranca esta segunda-feira e que apresenta testemunhos reais de pessoas que deram a volta às suas vidas. Esta campanha tem a assinatura da Fullsix e pretende mostrar que a Caixa está presente na vida dos clientes, em todas as fases da sua vida.

Auto-Sueco muda com a Brandia

A Brandia é a agência responsável pela mudança da imagem do grupo Auto-Sueco. No ano em que assinala a passagem dos 80 anos de actividade, o grupo muda a denominação para grupo Nors. A internacionalização e a expansão das actividades para novas áreas de negócio levaram à necessidade de criar uma nova marca corporativa.

Prémios para os Meios e para a Publicidade!

O teatro Tivoli, em Lisboa, abriu as portas para receber os convidados da Meios & Publicidade, naquela que foi a 11ª gala de entrega de prémios deste meio de comunicação. No início da noite foi entregue um Grande Prémio a Francisco Pinto Balsemão, que afirmou: "Para mim, este prémio é um estímulo e uma homenagem a todos os que trabalham, e trabalharam, no Grupo Impresa". A noite prosseguiu com a entrega de prémios em 30 categorias.

Crediforma inaugura Demo Center

O grupo Inapa comprou a Crediforma, empresa que antes tinha sede no concelho da Vila Franca de Xira, e que representava uma facturação superior a três milhões de euros, através da venda de produtos e distribuição de produtos e serviços na área da impressão digital de grande formato. Em Maio, a empresa passou para as instalações da Inapa, em Sintra, e em Setembro inaugurou o Demo Center, equipado com a mais alta tecnologia a nível de Látex, e onde é possível ver as aplicações que são possíveis.

Labelexpo 2013: com os trunfos na mão!

A Labelexpo Europe 2013 ficou marcada pelo recorde de visitantes que se deslocaram aos halls de exposição da Brussels Expo, pela primeira vez. Foram registados 31795 visitantes, mais 11% do que em 2011, oriundos de 158 países, para visitar os quase 600 expositores. Em 33 anos de história, a feira foi a maior de sempre, ocupando 31 mil metros quadrados de espaço. Sendo a maior plataforma para lançamento de produtos para os segmentos de rótulos e embalagens, a exposição deste ano trouxe 150 novidades ao mercado, entre máquinas, auxiliares e consumíveis. Entre os grandes lançamentos estiveram a tecnologia Sure PrecisionCore da Epson e a Surepress L-6304 UV, as soluções de flexografia da Mark Andy onde se incluem as máquinas Performance Series P3 e P5, o

sistema Core Linerless Solutions da Ritrama e a nova máquina de impressão a jacto de tinta DSI UV. Foram várias as grandes empresas que também decidiram aumentar a sua presença em 2013, como a Avery Dennison, Durst, EFI, Gallus, HP Indigo, Mark Andy, MPS, Nilpeter, UPM Raflatac e Xeikon. E no final da exposição, a organização já revelava que cerca de 86% do espaço já tinha sido reservado para a edição de 2015. Facto que, por si só, revela a maior taxa de reserva no local.

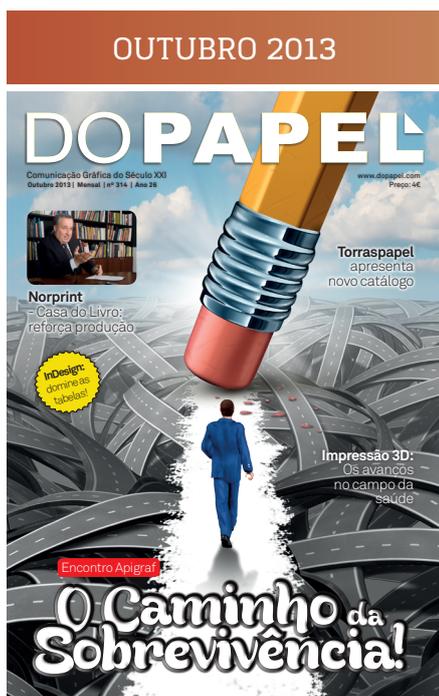
Make a left turn!

Splendorgel tem um novo catálogo, inspirado no mundo do ciclismo. A marca aproveitou o Verão para apresenta-lo em várias cidades italianas, desde o "Motovelodromo" de Turim até ao "Le Biciclette Art Bar" em Milão. A Fedrigoni diz-nos "Make a left turn!" como que a lembrar que é necessário trilhar o próprio caminho. A inspiração no mundo do ciclismo, e da bicicleta em particular, vem dos valores que a marca quer evocar.



Conhecer melhor a LouresGráfica

Fomos conhecer melhor a LouresGráfica e falar com os dois responsáveis pela empresa: Diogo e Miguel Pina. A LouresGráfica conta com 26 anos de actividade e conta com um corpo de 50 funcionários. A empresa conta com tecnologia Computer to Plate (CtP), com dez corpos de impressão offset desde o formato 35x50 até ao 70x100. Estão ainda equipados com tecnologia digital e soluções de corte e vinco de formatos cilíndricos e planos. A empresa especializou-se ainda na concepção de protótipos para oferecer soluções à medida. Marcam também a diferença nos acabamentos, contando com profissionais especializados no acabamento manual. Apesar de estar bem equipada em termos de maquinaria, a empresa destaca-se pelo posicionamento proactivo e pela constante participação em eventos da comunidade em que se insere. Exemplo disso é a participação num projecto humanitário cujo objectivo é conseguir que se abra um furo para a obtenção de água potável no Gana. A iniciativa foi apresentada à empresa e não houve dúvida na necessidade de o apoiar. A LouresGráfica realiza, também, em regime pro-bono a produção gráfica das entidades que apoia, como já foi o caso do Banco Alimentar, dos Bombeiros, de Escolas e de instituições de cariz social locais.

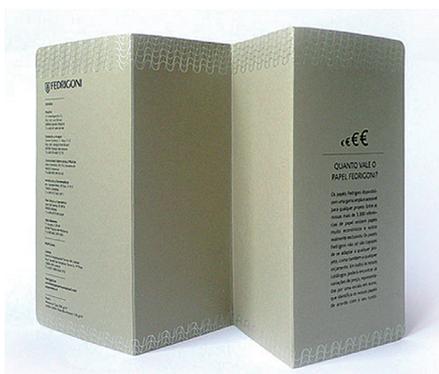


Exportações de papéis gráficos aumentam 3,6%

As exportações europeias de papéis gráficos diminuíram 2,6 % em Setembro em comparação com o mesmo período de 2012 mas, ainda assim, registam um aumento de 3,5 % em relação ao mês de Agosto de 2013. A EURO-GRAPH, a Associação Europeia de Produtores de Papel Gráfico, publicou as suas estatísticas mensais relativas a Setembro, que mostram que houve um aumento de 108 mil toneladas exportadas em relação ao mês anterior.

Antalis renova página web

Depois de algum tempo em remodelação, a Antalis relançou a sua página web, disponível em www.antalis.pt. "Um sócio online que ajuda os clientes da Antalis a fazer crescer o seu negócio": é assim que a empresa descreve a funcionalidade do site, disponível 24h por dia, sete dias da semana.



Novo guia de preços para papel Fedrigoni

A Fedrigoni quer facilitar o processo de escolha de um papel para um determinado trabalho. Com isso em mente, acaba de

lançar o novo Guia de Preços de Fedrigoni, desenvolvido em conjunto com a agência de comunicação PalauGea. Cada referência está distribuída por colunas, tal como uma escala de euros. Para saber o preço de uma referência basta localizar o papel pretendido.

Portucel Soporcel: volume de negócios cresce 2,5%

A Portucel Soporcel atingiu, nos primeiros nove meses de 2013, um volume de negócios de € 1 137,2 milhões, traduzindo um crescimento de 2,5% em relação a 2012. Este desempenho deve-se essencialmente à evolução favorável do negócio de pasta, assim como ao incremento do negócio de energia.

Bizhub PRESS C8000e chega ao mercado

A Konica Minolta Portugal lançou a bizhub PRESS C8000e e aproveitou o evento da Apigraf, em Aveiro, para demonstrar a máquina. A nova multifuncional destaca-se por ter uma solução de Data Centre IPDS, disponível em ambos os controladores Fiery ou Creo, um suporte de gramagens elevadas, com 300 gramas Duplex e 350 gramas "Best in Class", e por uma melhoria das componentes ORU-M.

Problemas de financiamento em debate

A Xerox reuniu PME's para debater o problema de obtenção de financiamento. Facilitar o acesso aos fundos comunitários, dinamizar a bolsa de valores para as PME, fomentar o capital risco e os business angels ou proporcionar incentivos para aumentos de capital e retenção de lucros foram algumas das soluções abordadas na conferência, que contou com as intervenções de José Alves da Silva, Presidente da PME Portugal, Jorge Sampaio, Marketing Executive da Creditex, João Duque, Presidente do ISEG, e Ricardo Costa, Director do semanário Expresso.

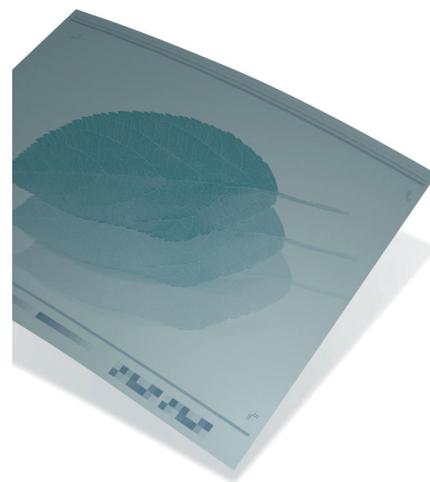
Heidelberg recebe 80 gráficos para os Label Days

Cerca de 80 produtores de etiquetas, de todo o mundo, reuniram-se no Print Media Center da Heidelberg, na fábrica de Wiesloch -Walldorf. A Heidelberg demonstrou como as soluções para embalagem podem ser utilizadas de forma flexível para a produção de etiquetas industrial. No evento denominado de "Label Days" foi discutida a produção de rótulos Imold de polipropileno (PP) em offset, o fluxo de trabalho e o acabamento.

Fujifilm leva soluções para jornais à WPE

A Fujifilm apresentou na World Publishing Expo 2013, uma nova solução para a produção de chapas direccionadas à impressão de jornais. Criada a partir da chapa Brillia PRO-VN, esta nova solução expande o portfólio da empresa no sector da pré-impressão, visto que inclui uma gama modular de CTP's, a Luxel News VMAX, bem como um fluxo de trabalho

para jornais, o wNewsNet, graças a uma parceria com a wobe-team GmbH.



Durst com planos de expansão

A Durst acaba de abrir delegações de venda e assistência na África do Sul, na Índia, na área do Pacífico e na China. Decisões estratégicas incluem um processo de expansão da fábrica de Brixen, que deverá crescer mais de 6000 m² e, na Primavera de 2014, inaugurar uma nova fábrica em Lienz, Áustria, que deverá ser dedicada à produção de sistemas gráficos.

Feira para Cross Media em 2014

A Informa Exhibitions anunciou que vai lançar um novo evento, o Cross Media Production.



que terá lugar entre 25 e 27 de Março de 2014. Localizada ao lado da Ipx 2014, a decorrer na zona Excel, em Londres, a Cross Media Production é uma feira dedicada à implementação efectiva de estratégias de comunicação cross media através de múltiplas plataformas. O evento irá contar com a participação de fornecedores de tecnologias e soluções para a comunicação em papel, realidade aumentada, gestão de activos digitais, gestão de cores, impressão de dados variáveis, plataformas de edição e visualização, embalagem criativa, e-mail marketing e muito mais.

Canon amplia portfólio de grande formato

A Canon ampliou o portfólio de grande formato com o lançamento das Océ PlotWave 340 e Océ PlotWave 360. Os dispositivos visam ajudar os utilizadores das áreas técnicas que trabalham em projectos colaborativos e com pedidos através de portais online ou da cloud, e que exigem uma maior flexibilidade de sistema de impressão. Ambas as máquinas estão equipadas com o Océ ClearConnect

multi-touch, semelhante à tecnologia tablet e obedece à regra WYSIWYG (What You See is What You Get – O que vê é o que obtém) para ajudar a evitar erros caros.



Banco de Portugal alterou 40 campanhas de publicidade

O Banco de Portugal foi forçado a alterar 40 campanhas de publicidade, no primeiro semestre de 2013. Tal aconteceu devido a irregularidades detectadas, na sua maioria em relação a produtos de crédito ao consumo.

Fuel marca golo com a Sport Zone

Com direcção criativa de Pedro Bexiga e Marcelo Lourenço, a Fuel delineou a campanha multimeios da Sport Zone, a “Lei Imbatível do Futebol”.

Nossa responsável pela “Quinta-Feira Louca”

A Nossa foi a agência responsável pela criatividade da “Quinta-Feira Louca” do Freeport, uma acção de descontos extra do maior outlet da Europa. A primeira “Quinta-Feira Louca” de 2013, que decorreu no passado dia 26 de Setembro, foi um sucesso, tendo o Freeport registado um aumento significativo do número de visitantes.



Matt W. Moore cria para a Heineken

O design de uma embalagem é crucial para um produto. É isso que a Heineken mostra ao fazer uma parceria com o designer Matt W. Moore para o lançamento de uma “club bottle”. Trata-se de uma garrafa que, sob a luz natural, tem um padrão geométrico fosco e a estrela verde assinatura, mas à noite, no

típico ambiente de discoteca, o cliente vê uma garrafa que se transforma em azul e verde sob uma luz negra.

Omdesign assina gin português

A agência portuense Omdesign foi responsável pela criação da imagem do primeiro gin premium português da marca “Big Boss”.



Brasil não quer menores de 16 em anúncios

O Tribunal do Trabalho, no Brasil, quer impedir o casting infantil e juvenil para a produção de audiovisuais. A participação das crianças nas gravações é considerada como trabalho e, por isso, devem estar de acordo com as leis trabalhistas.



Bacalhau da Islândia promove-se na rede

“Prova e partilha” é o desafio do Bacalhau da Islândia aos consumidores portugueses, naquela que representa a primeira campanha em território nacional.

Pepper ganha comunicação da Megáfrica

A agência portuguesa Pepper vai ser a responsável pela nova imagem e comunicação da marca angolana de mobiliário Megáfrica. LLUX – Luanda Luxury Decor é o naming escolhido para a expansão da marca para o target de clientes premium.

Surpresas Kinder na montra

A nova colecção de brindes da Kinder Surpresa vai ser apresentada nos centros comerciais Colombo, em Benfica, e NorteShopping, no Porto. Para a ocasião, a JCDecaux Innovate criou uma montra especial que expõe mais de 100 surpresas originais. Além do expositor, a campanha vai contar com 120 faces espalhadas pelas zonas do ponto-de-venda.

Como o 3D pode imprimir saúde!

Que a tecnologia da impressão tem impacto em todos os segmentos económicos não é novidade. O que está a dar que falar é o impacto que a impressão 3D está a provocar

em sectores tão diferentes como a saúde e a restauração, para apenas mencionar algumas. Considerada como a terceira revolução industrial, a tecnologia de impressão 3D pode criar mobiliário, automóveis, armas e até órgãos. E à medida que os custos de aquisição de uma impressora 3D descem, dos vários milhares de euros para algumas centenas, estima-se que irá ser uma tecnologia tão necessária como se tornou a impressora desktop.



Inovar para sobreviver

O 18º Encontro de Associados da Apigraf decorreu, a 4 e 5 de Outubro, no Hotel Meliã Ria, em Aveiro. Foram dois dias de trabalhos, com um conjunto de intervenções muito direccionadas para o sector, onde centena e meia de profissionais procurou pistas para responder aos desafios provocados pela crise e pelas mudanças que o sector está a enfrentar. À inquirição dos empresários, os oradores, quase sem excepção, responderam com uma palavra: inovar. Inovar para sobreviver, muito mais do que inovar para vencer.



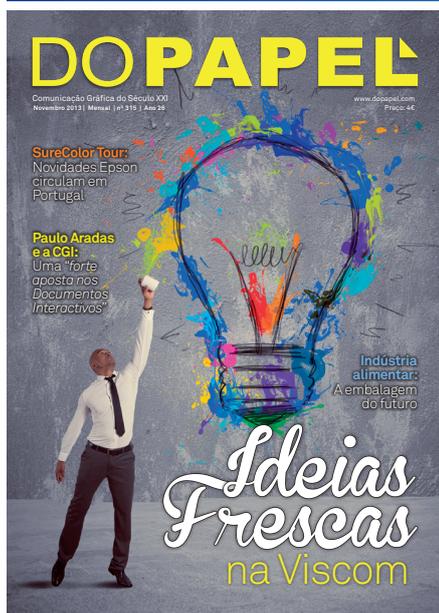
Um caso de paixão!

Em tempos conturbados, a Norprint soma serviços e segue para outras paragens. Investir em novas máquinas e até em instalações noutros países são apenas alguns exemplos. Conhecida como a Casa do Livro, a Norprint vive de porta aberta a todos. “Não faz sentido ser de outra maneira. Não há nada para esconder. Esta ideia de que o segredo é a alma do negócio... que segredo?”, diz Lopes de Castro, o administrador da empresa.

TP Digital: o catálogo para impressão digital

A Torraspapel acaba de apresentar, ao mercado, o novo catálogo TP Digital, onde pode encontrar toda a sua gama actual de suportes para a impressão digital. Dividido em três grandes blocos – Impressão Toner/HP Indigo, Suportes Promocionais e Bobines para plotter – o catálogo apresenta nove famílias de produto com mais de 200 artigos compatíveis com as principais máquinas digitais do mercado.

NOVEMBRO 2013



IFC vai assessorar Portucel em Moçambique

O IFC, organismo do Banco Mundial para o sector privado, assinou um contrato de consultoria com a Portucel, com o objectivo de reforçar a sustentabilidade das operações florestais desta empresa em Moçambique. O apoio do IFC vai abranger actividades de assessoria nas vertentes de impacto ambiental e social e de planeamento e desenvolvimento de projectos nas comunidades locais, bem como na implementação de investimentos na comunidade e no fomento do tecido empresarial local.

Fábrica da Altri passa a produzir pasta solúvel

O grupo Altri assinou contratos de investimento no valor de 65 milhões de euros com a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal. Parte desse valor vai ser aplicado na reconversão da fábrica de Constância que vai passar a produzir pasta solúvel para ser aplicada nas indústrias agro-alimentar e electrónica na China. A produção de pasta solúvel será uma realidade já a partir de 2015.

Antalis com concurso Cocoon

A Antalis está a promover um concurso para os clientes profissionais, com o nome "Quiz Cocoon Campaign 2013". Para participar é necessário aceder à página web www.blancet-recycle.com e fazer a inscrição. Cada concorrente deve encontrar dez palavras que estejam relacionadas com o desenvolvimento sustentável e com a actividade da impressão.

Torraspapel amplia gama para packaging

A Torraspapel está a comercializar uma nova família de produtos para embalagem, com

várias possibilidades para quem actua na área do packaging. A nova gama inclui papel e cartão Kraft, papel Manila, cartão ondulado e Cartopack em vários formatos e gramagens, em pacote ou em bobine; caixas de cartão ondulado de canal simples e duplo para utilização generalizada ou para aplicações específicas e material para envios, entre outros produtos.

Fedrigoni lança Essentials

O Clube dos Amantes do Papel, da Fedrigoni, conta agora com um novo catálogo. O "Essentials" é composto por oito booklets destinados às finalidades mais diversas: editorial, packaging, identidade corporativa, sacos, adesivos, ecológicos, encadernação e digital.



Inapa disponibiliza mostruários para digital

A Inapa está a disponibilizar novos catálogos das cartolinas e papéis que comercializa para impressão digital. Entre as amostras de cartolinas estão a DCP; a Trucard; a Modi; a Stardream Laser Crystal; a Dalí e a Astroprint Laser Canvas. No que respeita ao papel, destaque para o Idem Digital; o LumiArt Digital; o LumiSilk Digital e o JAC.

Arjowiggins vende Casting Papers à Favini

A Arjowiggins assinou um acordo com o grupo italiano Favini para a venda do negócio Casting Papers incluindo o equipamento de acabamento por um total de 26,5 milhões de euros. A transacção também envolve um acordo de exclusividade em que a Arjowiggins Creative Papers vai fornecer papel por um período mínimo de cinco anos. A transacção deve ser concluída em Dezembro.

Faleceu Vasco Pessanha

Vasco Pessanha faleceu aos 73 anos, em Lisboa, vítima de doença prolongada. Esteve ligado à Inapa durante 37 anos, após ter entrado para a administração em 1973. Em 1975, passou a presidente executivo do grupo e manteve-se no cargo até 2007, altura em que passou a ser presidente do conselho de administração. Manteve-se em funções até Maio de 2010.



Konica Minolta realiza Open Houses em Portugal

A Konica Minolta organizou uma Open House, no seu showroom no Prior Velho, na qual apresentou os produtos da área de Production Printing, com destaque para a PRESS C8000e. O evento contou ainda com demonstrações das máquinas e explicações das soluções JT Web e Direct Smile. O evento contou com a participação da Mourão Serra, empresa que comercializa equipamentos para acabamentos de artes gráficas. Em Beja, foi parceira da Emetrês na realização de outro evento, que decorreu na Vila Galé Clube de Campo. Durante dois dias, foi possível conhecer de perto alguns dos equipamentos de acabamento da bizhub PRESS C7000P e da bizhub PRO C754e.

hubergroup lança nova tinta UV universal

A hubergroup desenvolveu uma nova tinta offset UV universal: a NewV maxX. Ao empregar uma tecnologia de transporte inovadora, a hubergroup conseguiu uma formulação que permite a utilização da tinta não só em papel, mas também em cartão e em substratos não absorventes.

Photoshop e Lightroom em subscrição especial

A Adobe lançou um programa específico para fotógrafos, para apoiar as necessidades dos profissionais que utilizam a Adobe Creative Suite CS3 ou superior: o Programa Photoshop Fotografia. O programa tem o valor de subscrição de 12,29€/mês e permite o acesso ao Photoshop CC e Lightroom 5.



Fujifilm lança versão 9.5 do XMF Remote

A Fujifilm lançou a versão 9.5 do software de submissão e aprovação de trabalhos, XMF Remote. Parte da suite XMF Workflow and

Production Management, o XMF Remote permite ligar as gráficas aos seus clientes para que possam submeter e aprovar os trabalhos, incluindo-os de imediato no fluxo de trabalho para a produção.

3M investe mais de 6 milhões de euros em centro de inovação ibérico

A 3M inaugurou um novo Centro de Inovação em Madrid. Com este projecto, a 3M quis apostar no mercado Ibérico e, para tal, investiu seis milhões de euros na sua criação. Com instalações que abarcam 3000m², o edifício, criado por Julio Touza, fica junto à sede da 3M Espanha em Madrid, e nele trabalham mais de 40 pessoas altamente qualificadas nas áreas da tecnologia e inovação.

WOP e Nova Expressão contra o desperdício alimentar

A Oikos está a estreir uma campanha com a ajuda probono da WOP – The Communication Box e da agência de meios Nova Expressão. A campanha tem como imagens alguns produtos muito consumidos em Portugal: a laranja, a couve-flor e o pão. “Dê presentes que se vejam. E que se comam” é o mote da campanha publicitária solidária que visa criar sistemas que aproximem produtores, comerciantes e consumidores (incluindo instituições de solidariedade) de produtos hortofrutícolas, reequilibrando a respectiva cadeia de valor em benefício de todos.

Omdesign cria para Quinta do Noval

A Quinta do Noval lançou uma campanha de comunicação, internacional e nacional, assinada pela agência portuense Omdesign, para promover e consolidar os valores da marca e a qualidade reconhecida dos seus vinhos e do seu terroir.

Carregar o telemóvel num anúncio de revista!

Um anúncio impresso que utiliza energia solar para carregar telemóveis fez parte de uma campanha para a marca Nivea. As preces de muitos foram atendidas pela Giovanni+Draftfcb, em S.Paulo, no Brasil, que desenvolveu o anúncio. No anúncio a ser impresso foi incluído um painel solar e uma ficha USB para promover a linha Nivea Sun. O anúncio foi publicado na revista Veja Rio e foi parte de uma acção que visou aumentar a cobertura da marca nos meios de comunicação e nas redes sociais.

Como vai o mundo da comunicação visual?

Düsseldorf voltou a receber a indústria da comunicação visual para apresentar as mais recentes novidades. A Viscom não foi uma feira espumante. Aliás, quem visita a Ipxe e a Drupa, pode ficar ligeiramente decepcionado, a não ser que visite a feira com a noção clara do que procura conhecer. Estiveram presentes vários distribuidores, de

segmentos tão distintos quanto a indústria alimentar ou o sector da electrónica de consumo, o que também é válido para os visitantes. Mas acima de tudo esteve lá a indústria criativa, os profissionais do design das agências de publicidade e os empresários gráficos que trabalham para o sector da comunicação visual. Depois do sucesso do evento de 2012, que decorreu em Frankfurt, as expectativas eram altas. A organização da feira, contudo, afirma que o evento esteve ao mesmo nível. Com um total de 13 277 visitantes, a Viscom registou um crescimento de 9,7% face aos 12100 visitantes registados anteriormente. Em relação ao número de expositores, a organização registou um aumento de 7% atingindo a marca dos 350.

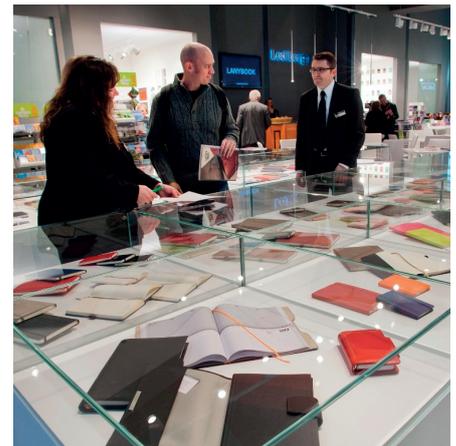


A CGI e a aposta nas soluções multicanal

Qual é a fórmula de sucesso da empresa que trabalha em gestão documental e imprime mais de 580 milhões de documentos na Península Ibérica? A doPAPEL esteve recentemente nas instalações da GCI, a propósito de um workshop que visou demonstrar o funcionamento de uma das suas mais recentes instalações: uma máquina da Impika. A marca conta com vários equipamentos para a impressão de livros, mailing directo, transpromo e quaisquer documentos transaccionais. Ou seja, a área de actuação, por excelência, da CGI. Aproveitámos a oportunidade para conhecer melhor as operações da multinacional, que conta com mais de mil profissionais, só em Portugal. Falámos com Paulo Aradas, responsável pela área de Printing & Finishing.

Tour SureColor: grandes formatos e sublimação

A Epson recebeu os clientes num camião itinerante recheado com a mais recente tecnologia. A Tour SureColor trouxe a Portugal, mais concretamente a Lisboa e Porto, as soluções para grande formato, sinalização e sublimação da linha SureColor. O evento deu a oportunidade de verificar os potenciais das soluções com tecnologia TFP (Thin Film Piezo). A receber os clientes esteve a equipa da Epson, liderada por Pedro Dias, em conjunto com os seus vários parceiros. Em exposição, estiveram as SureColor SC-S50600, a SureColor SC-S70600 e a Epson SureColor SC-F6000.



Paperworld volta para ditar tendências!

Tons calmos e momentos tranquilos que reflectem o essencial são os aspectos dominantes das Tendências Paperworld 2014/2015. O mote das tendências “College Refinement”, “Gentle Time-Out” e “Fabulous Delight” é o tempo, ter tempo para respirar no meio da correria do dia-a-dia. O tempo é visto como um bem valioso, em particular no mundo actual em que tudo acontece depressa. Os três temas das tendências são baseados na espera, na reflexão e na descoberta. São pequenas ilhas de relaxamento no meio das nossas vidas agitadas. As cores, os designs e os produtos transmitem tranquilidade e tornam o extraordinário tangível. Os três temas são um incentivo para se utilizarem os objectos com cuidado e unir a qualidade à sustentabilidade.

O segredo está no tinteiro!

De certeza que ao comprar um tinteiro para a impressora do escritório, já pensou: “Mas porque é que isto é tão caro? Se calhar mais vale comprar uma impressora nova!”. Thom Brown, o “inkologist” de serviço na Hewlett-Packard confirma que sim: a tinta é cara! E também explica o porquê. Thom Brown fez várias experiências interactivas e mostrou à imprensa portuguesa o porquê do custo elevado dos tinteiros. Diz que, na verdade, uma impressora é quase uma “caixa” e que a tecnologia responsável pela qualidade de impressão está no próprio tinteiro. À medida que foi exemplificando e realizando experiências com a ajuda da audiência, Thom Brown afirmou que, depois de tudo verificado, os tinteiros poderiam ser ainda mais caros, pois o seu actual valor de venda não reflecte todo o investimento e tecnologia.

Como se embla o futuro?

Numa sociedade consumista onde reinou o consumismo, a embalagem já foi olhada como uma desperdício necessário apenas para a acomodação dos bens. Mas todos sabemos que, na verdade, a embalagem é um portento de comunicação e vendas. Hoje, a sociedade passou a partilhar e a reutilizar o que pode. Isso é válido também para a embalagem da área alimentar para onde estão previstas algumas grandes tendências para os próximos anos. DP⁺

As primeiras impressões contam!



Já reparou que quando vai a um restaurante o cardápio é a primeira forma de comunicação com o espaço? Uma ementa atrativa e bem apresentada é o primeiro passo para uma experiência agradável de consumo.

DRG Do Restaurante & do Gourmet

As artes gráficas têm um papel importante na comunicação dos restaurantes, hotéis, bares e cafés. Apresente a sua empresa ao sector da restauração no portal «Do Restaurante e do Gourmet». Através desta plataforma será visitado todos os meses por 320 mil potenciais clientes. «Do Restaurante e do Gourmet» é a principal plataforma online de comunicação do sector em Portugal.

Visite-nos em www.dorestaurante.net

*no presente
a pensar no
futuro...*

*presente
a pensar no
futuro...*

*today thinking
of tomorrow...*