



Divulgação/Semana Internacional da Embalagem

EXPOGRÁFICA É DESTAQUE NA SEMANA INTERNACIONAL DA EMBALAGEM

Mais de 21 mil pessoas visitaram a Semana Internacional da Embalagem, que abrange a BrasilPack, a Flexo Latino América e a Expográfica (ex-Fiepag). Em 2012, o evento aconteceu entre os dias 12 e 16 de março em São Paulo, no Pavilhão de Exposições do Anhembi. O público teve a oportunidade de analisar as novidades e lançamentos da indústria de embalagens. Os *players* do setor comemoraram as transações fechadas, mostrando que o mercado está em busca de novas soluções e de empresas que saibam atender a tais necessidades.

A participação de presidentes, diretores e profissionais que ocupam cargos de liderança angariou um aumento expressivo. Segundo pesquisa realizada pela Reed Exhibitions Alcantara Machado, organizadora da feira, a qualificação do público visitante aumentou 57% em relação à última edição. A presença de diretores subiu 73% comparado a 2010, seguida por 66% de

gerentes, supervisores e coordenadores, e 8% de presidentes de grandes companhias.

Histórico da feira

A Expográfica, realizada desde 1967, pode ser considerada um dos principais eventos de promoção de negócios e de atualização profissional do setor no Hemisfério Sul. É o ponto de encontro de empresários e representantes de produtos e serviços de máquinas e equipamentos para pré-impressão, impressão, acabamento, instrumentação e controle, papel, papelão e celulose e matérias-primas. Antes conhecida como Fiepag e que por questões estratégicas em 2011 passou a ser chamada de Expográfica, reflete o desenvolvimento e o dinamismo da indústria gráfica na América Latina. Desde 2008, a mesma integra a Semana Internacional de Máquinas e Equipamentos para Embalagem e Impressão.

Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

Segmento

Período de inscrições será entre 2 e 31 de maio

As inovações que permeiam as impressões de rótulos

MOMENTO DE PREPARAÇÃO

No dia 2 de maio, começa o período de inscrições do 8º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. As empresas já podem se preparar, separando as suas melhores peças para disputar os 52 troféus do concurso.

Antes de efetuar a inscrição, a empresa deve observar com atenção o regulamento, bem como a condição dos trabalhos que pretende colocar na disputa.

A premiação é um reconhecimento à qualidade dos impressos produzidos regionalmente, uma vitrine para apresentar os talentos do Rio Grande do Sul para além das nossas fronteiras.

Singraf

ENTIDADE DEFINE CALENDÁRIO DE EVENTOS

Atento às necessidades de seu quadro social, o Singraf elaborou o calendário de eventos 2012. A programação abrange palestras, treinamentos, curso e reuniões-jantares oferecidos gratuita-

mente a todas as gráficas associadas (e adimplentes). Confira o calendário e agende-se. Informações e inscrições na secretaria da entidade, por e-mail (secretaria@singraf-rs.com.br) ou pelo fone (54) 3222-2425.

Confira a agenda

ABRIL

10 – Reunião-jantar com associados
16 a 20 – Curso *Cipa*

MAIO

15 a 17 – *Como reduzir o tempo de acerto na impressão*, com Flávio Bemfica

JUNHO

18 – Reunião-jantar com associados

JULHO

9 e 10 – Curso *Gestão em formação de líderes de produção para a indústria gráfica*, com Cristina Simões

AGOSTO

13 – Reunião-jantar com associados

SETEMBRO

10 e 11 – Curso *Pré-impressão/artefinalização e fechamento de arquivos*, com Ricardo Minoru

OUTUBRO

15 a 19 – Curso *Cipa*
23 e 24 – Curso *Problemas e soluções em serigrafia*, com Idelfonso Elias

NOVEMBRO

25 – Festa de Final de Ano

Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

INSCRIÇÕES ABREM EM 2 DE MAIO

O período de inscrições para o 8º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica ocorre de 2 a 31 de maio. É importante já separar as peças, ler com atenção o regulamento e garantir a participação no concurso. As empresas associadas que realizarem as inscrições até 15 de maio terão direito a colocar na disputa mais uma peça gratuitamente. A edição 2012 prevê 52 categorias, abrangendo dife-

rentes segmentos da indústria gráfica. Não faltam oportunidades para os empreendimentos do setor, independentemente do porte ou da localização geográfica, disputarem os troféus e apresentarem ao mercado o que de melhor produziram entre 4 de julho de 2011 e 31 de maio de 2012. Além da organização com a marca



8º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

da Abigraf-RS, o concurso ainda traz como novidade novas categorias nos segmentos de Embalagens e Jornais, bem como uma homenagem à Região Sul do estado. O regulamento está disponível no site www.abigraf-rs.com.br. Não perca tempo e endosse a qualidade dos seus produtos.

Expediente



ABIGRAF-RS

PUBLICAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA GRÁFICA REGIONAL RIO GRANDE DO SUL

Av. Pernambuco, 2.623 – 5º andar – CEP 90240-005
Porto Alegre – RS – Brasil – Fone: (51) 3323-0303
www.abigraf-rs.com.br / abigraf-rs@abigraf-rs.com.br
Twitter: @ABIGRAFRS

Facebook: Abigraf-rs Associação Ind Gráfica

Presidente:

CARLOS EVANDRO ALVES DA SILVA

1º Vice-Presidente:

OSNI TADEU DOS SANTOS

2º Vice-Presidente:

LUIZ CARLOS PAGANO GASPERINI

3º Vice-Presidente:

HENRIQUE PURPER



Sindigraf RS

Sindicato da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul

Presidente: CARLOS EVANDRO ALVES DA SILVA



SINGRAPEL

Sindicato das Indústrias Gráficas de Pelotas

Presidente: GILMAR MOSCARELLI LEVIEN



Sindicato das Indústrias Gráficas da Região Nordeste do Rio Grande do Sul

Presidente: LUIZ CARLOS OLIVEIRA DE MORAES

É permitida a reprodução de matérias, desde que citada a fonte.

Produção e Execução:



Edição:

FERNANDA RECHE – MTB 9474

Textos:

PATRICIA CAMPELLO E CAROLINE CORSO

Revisão:

www.pos-texto.com.br

Edição de Arte:

SILVIO RIBEIRO

Pré-impressão – CTP e Impressão:

GRÁFICA ANS

Tiragem:

2.400 EXEMPLARES

Este informativo é impresso em Papel ECO Millennium Off-set, 90 gramas



PRODUTOS E SERVIÇOS DESENVOLVIDOS PARA SUA EMPRESA



Canon C1 Plus

- Sistema Laser
- Com simulação de verniz localizado
- Velocidade: 14ppm/Color - 60ppm/PB
- Resolução Impressão: 1200X1200
- Formato: Tam. máximo papel 13" X 19"
- Gramatura: 64 à 256g/m²
- Ciclo Mensal: 100.000 páginas A4

Canon



Plotter - Prova de Cor

- Formato: 17" a 44"
- 02 Cabeças de Impressão
- Resolução: 2400x1200
- Gotas de 04 Picolitros
- Impressão sem bordas
- 04 opções de alimentação de mídia
- Sistema de 12 tintas - LUCIA

Canon



Canon Image Press C7010

- Tecnologia de alimentação avançada com sucção a ar.
- Velocidade: 70ppm Color e PB
- Resolução Impressão: 1200X1200
- Formato: Tam. máximo papel 13" X 19,2"
- Gramatura: 60 à 325g/m² sem perda de velocidade
- Ciclo Mensal: 1.000.000 páginas A4

Canon



Canon Image Press 1135

- Sistema Laser
- Velocidade: 135ppm/PB
- Resolução Impressão: 1200X1200
- Formato: Tam. máximo papel 13" X 19,2"
- Gramatura: 52 à 300g/m²
- Ciclo Mensal: 3.000.000 páginas A4

Canon



LUNES3

Fone: 51 3357.5500
www.lunes3.com.br

Lunes 3 Com. de Máq. e Suprimentos Gráficos Ltda.
Rua Dr. João Inácio, 1215 | 90230-181 | Porto Alegre - RS

Segmentação

SOFISTICAÇÃO E TECNOLOGIA

As empresas e os profissionais de design têm o desafio de vender seus produtos, e a indústria gráfica é parceira na produção de peças de qualidade

Para comunicar e vender um produto, os rótulos aparecem como item coadjuvante no trajeto da gôndola ao cliente final. São uma peça extremamente importante, que se moderniza por meio das novas tecnologias e impressões altamente qualificadas. A indústria tem investido na realização de estudos para estabelecer um conjunto de informações em harmonia com o conceito do artigo em concepção.

O desafio de quem atua no segmento de rotulagem está em atender demandas repletas de peculiaridades. “É interessante ressaltar que as informações destes rótulos estão sujeitas a alterações, pois a legislação brasileira está em constante atualização. Conforme o Sebrae, é indispensável que o empreendedor solicite aos órgãos competentes dados recentes sobre requisitos legais necessários para rotulagem de bebidas”, ressalta Patrícia Thormann Thomazi, do CEP Senai de Artes Gráficas, de Porto Alegre.

A produção do impresso deve respeitar as diferenças de produtos e mercado consumidor. Cada setor detém características específicas de *target*, influenciando na linguagem, na escolha das cores, a tipografia e o conceito aplicado. Juliana Coelho de Almeida, técnica de ensino em Rotogravura e Flexografia da Escola Theobaldo De Nigris, destaca que as embalagens devem falar por si mesmas, podendo conduzir e influenciar na decisão de compra. “O rótulo precisa saltar aos olhos”, afirma.

Por essa razão, segundo a especialista, percebe-se o uso cada vez maior de recursos de enobrecimento, como

hot ou *cold stamping*, relevo seco, etiquetas laminadas sobre material adesivo e aplicações em serigrafia. Inúmeras estratégias voltadas para agregar valor. “Na maioria das vezes, eles são aplicados online, na própria impressora, considerada híbrida. Observa-se ainda tendências como o desenvolvimento de tintas para impressão em suportes não permeáveis, bem como a padronização dos processos baseados nas normas ISO”, complementa.

Apesar da aposta em diversificar a metodologia de impressão, Cléser Ronei Santiago da Silva, profissional do CEP Senai de Artes Gráficas, defende como processo de reprodução gráfica mais indicado a flexografia em banda estreita. “É um método de impressão relevográfico rotativo que emprega clichês geralmente de fotopolímero e tintas líquidas de secagem rápida. O sistema flexográfico tem como características principais a utilização de uma forma flexível em alto relevo, aplicação de tinta líquida (à base de água, solvente ou UV) e sistema de impressão direto”, elucida Silva. O verniz figura como o campeão dos acabamentos. “Um dos mais utilizados e amplamente divulgados no mercado há mais de 15 anos é o verniz brilho de cura UV. Sua aplicação pode ser total ou localizada, possui excelente estética, resistência a intempéries, atrito e a baixas temperaturas como 30 graus negativos, além de proteger a tinta.”

O poder do design

A sofisticação empregada nessa categoria de peças gráficas aparece nos mínimos detalhes. Essa prerrogativa acompanha o trabalho da cervejaria gaú-

IMPRESSAS NOS RÓTULOS



Caroline Corso

cha Anner. Guilherme Caon, designer responsável pela criação dos rótulos das cervejas fabricadas pela empresa, diz que o rótulo vira praticamente um cartão. Isso porque o impresso cumpre a função de informar o estilo da bebida, o amargor, a cor e o que pode ser esperado dela. “O consumidor deseja conhecer as características do que vai escolher para consumir”, explica o profissional.

Nesse contexto, todo o design é idealizado. A partir de uma pesquisa complexa e profunda define-se o que expressar. “O rótulo deve obedecer a uma estratégia. Em uma cerveja mais comum, o desenho foca a utilização de elementos mais próximos a esse segmento, como os famosos ‘triguinhos’, nomes em alemão e uso de cores como o dourado e vermelho. Já nas versões especiais do produto, há espaço

para a inovação e uma estética mais diferenciada”, exemplifica Caon.

Conhecimento profundo

A investigação traz efeitos positivos, basta analisar cases de sucesso que circulam por aí. No caso de rotulagem de vinhos, até as minuciosidades que permearam a safra entram na construção do projeto. “Há vinícolas que aplicam o mesmo layout para toda a linha, diferenciando apenas a variedade da uva. Outras vinícolas lançam mão das cores para fazer essa distinção”, diz Rodrigo Arpini Valério, do Marketing da Cooperativa Vinícola Aurora. Para ele, um ponto fundamental para obter êxito é a parceria entre o setor gráfico e os designers. “Muitas vezes, o responsável pela criação desconhece os procedimentos de impressão e acabamento, apresenta ideias mirabo-

lantes, mas na hora de a gráfica executar o resultado fica abaixo do esperado. Facilitaria se todos os envolvidos conhecessem mais de perto a realidade e as possibilidades existentes no mundo dos impressos”, enfatiza Valério.

Raiane Tondo, do departamento de Trade & Marketing da Miolo Wine Group, ainda observa que a proatividade também precisa partir das empresas gráficas. Segundo a executiva, é imprescindível que o fornecedor disponha de uma equipe capaz de identificar novas formas de impressão e soluções de papéis. “Confiamos nossos serviços gráficos a quem nos fornece base (papel) de melhor qualidade, a impressão com melhor resolução e agilidade nos serviços. A arte de nossos rótulos é arquitetada por agências de design, portanto a gráfica só irá nos ajudar a aprimorar essa finalização.”

SUA
PRODUÇÃO ESTÁ CHEIA?
TERCEIRIZE CONOSCO.

ans
gráfica em alta velocidade

Impressão digital com
+ qualidade
em - tempo



Venha conhecer as novas **XEROX DIGITAL COLOR PRESS X700**

CTP totalmente
automatizado

HEIDELBERG



Laminação BOPP

Verniz UV
local e total

Acabamentos em revistas

Impressão off-set

Sm74 4 cores e Pm52 4 cores

HEIDELBERG



evandrothomaz.com

Banners
em lona e

Adesivos vinil

Recorte eletrônico



Vencedora em 3 categorias
7º Prêmio gaúcho de excelência gráfica



Rua Oscar Schneider, 467 - Medianeira - Porto Alegre - RS - (51) 3230.9000

www.ans.com.br - ans@ans.com.br

Mercado

HEIDELBERG ATINGE RECORDE DE VENDAS DO FORMATO A1 NO BRASIL

A Heidelberg conquistou resultados positivos registrados com impressoras planas folha inteira, atingindo volume de vendas recorde para esse formato no Brasil. De abril de 2011 a março de 2012, houve um crescimento de 20% em relação ao mesmo período do ano anterior. Máquinas longas (oito cores com reversão em linha) foram destaque, com a venda de sete equipamentos. De acordo com o gerente de formato A1, Argemiro Quio Junior, o investimento é realizado por gráficas que procuram flexibilidade e produtividade. “Se tirarmos uma média do montante de comercializações de A1 dos cinco anos fiscais anteriores, para este ano estimamos um crescimento em

torno de 50%. Temos negócios ocorrendo em diversos estados do Brasil e para os diferentes segmentos, como promocional, editorial e também de embalagens – sendo que este último representou 30% do volume de negócios em formato A1”, afirma o executivo. Ao longo dos anos, as impressoras Heidelberg no formato A1 vêm recebendo novos recursos que as deixam mais produtivas para atenderem ainda melhor às necessidades específicas de cada cliente. Neste formato, a Heidelberg oferece modelos reconhecidos pela agilidade e automação, como as Speedmaster SM 102, Speedmaster CD 102, Speedmaster CX 102, e Speedmaster XL 105.

KODAK LANÇA PRINERGY 6

A Kodak vai levar para a Drupa 2012, que acontece de 3 a 16 de maio (na Alemanha), a nova versão de sua suíte de aplicativos para gerenciamento de workflow Prinergy 6. No estande da empresa, os visitantes poderão ver ao vivo demonstrações do respectivo lançamento, incluindo recursos avançados para gerenciamento de cores e controle de padrões de reticulados para assegurar uma maior qualidade final de imagem. “Eficien-

cia é algo que não pode faltar nos processos de impressão. O Prinergy é reconhecido como uma aplicação que diminui as intervenções manuais através de seus recursos automatizados. E, na versão 6, traz otimização no que se refere ao planejamento e processo de impressão, acerto de máquina e parâmetros de produção baseados nas necessidades dos clientes”, disse Jon Bracken, gerente geral da Kodak para soluções de *workflow*.

Datacerta

ENDEREÇO VIRTUAL CORRETO

Diferentemente do publicado no Abigraf Notícias 191, o endereço correto do site da Datacerta é www.datacertagrafica.com.br. Acesse para conhecer a empresa e acompanhar as novidades.

ARP

NOVA DIRETORIA ASSUME A ENTIDADE

O sócio-diretor da agência Morya, Fábio Bernardi, assumiu a presidência da Associação Riograndense de Imprensa (ARP) para a gestão 2012/2013. O comando da entidade estava anteriormente sob a tutela de Daniel Skowronsky, que deixa o cargo após dois anos de um trabalho voltado para o desenvolvimento de ações para o incremento do segmento publicitário. Entre as principais iniciativas estão o novo regulamento do Salão da Propaganda, aquisição de nova sede, projeto 55 anos, parceria com Ibope Monitor RS, projeto InterMeios e Janela ARP. Ainda integram a nova diretoria como primeiro e segundo vice-presidente Roberto Sirotsky, sócio-diretor da 3YZ, e Cláudia Gonçalves, VP de Relações Estratégicas da Dez Comunicação, respectivamente.

PGQP

TEM AÍ A 48ª REUNIÃO DA QUALIDADE RS

O Programa Gaúcho da Qualidade e Produtividade (PGQP) realiza a 48ª Reunião da Qualidade RS. O evento acontece no dia 24 de abril, no Teatro do Sesi, com o tema *Conexão e Qualidade – das boas ideias aos resultados inovadores*. A expectativa é de que mais de mil pessoas participem da iniciativa voltada para organizações em geral, lideranças empresariais e estudantes.

Na ocasião, o público poderá conferir palestras e apresentações de cases de sucesso. Entre os painéis, haverá a apresentação dupla do sócio-diretor da

empresa Symnetics, Rogério Caiuby, e do superintendente administrativo do Hospital Moinhos de Vento (Porto Alegre), Fernando Torelly. O modelo da Co-criação de Experiências implantado na instituição de saúde, já citado como referência na Harvard Business Review, será destacado. Inscrições e mais informações no site www.portalqualidade.com/pgqp.



QUER IMPRESSÕES COM QUALIDADE E BAIXO CUSTO?

Há 20 anos, a Sulsistem e a Xerox garantem!

 **Sulsistem**[®]
a boa impressão é a que fica

Locação de equipamentos
multifuncionais e impressoras
(com garantia de insumos,
técnicos especializados,
suporte ao usuário)

Comercialização de equi-
pamentos e suprimentos

Assistência técnica autorizada
Xerox para copiadoras,
impressoras e multifuncionais



Sulsistem Digital Ltda
Rua 20 de setembro 325 - Azenha - Porto Alegre
Tel.: 51 30285050 (Porto Alegre) | 53 30285020 (Pelotas)
www.sulsistem.com.br

xerox
Revenda Gold

PSG
Autorizado

 **Sulsistem**
a boa impressão é a que fica

Artigos

Gestão

O PAPEL DA LIDERANÇA EM MOMENTOS DE CRISE

Todas as vezes que os resultados de uma empresa não estão de acordo com os planejados e o final do ciclo financeiro se aproxima, muitas inquietações começam a rondar a mente do executivo. Vemos as mesmas ações sendo feitas: corte de pessoas, mudanças de executivos, planos de incentivos à equipe comercial para aumento de faturamento, corte de investimentos e custos, entre outros. Também vemos que essas ações nem sempre dão certo e, a partir daí, o executivo começa a tentar amenizar seu sentimento de frustração lembrando-se de que o mercado em que atua também não teve bom desempenho naquele período. Entretanto, vale ressaltar: não tente amenizar o problema. Encare-o e aprenda quais são as reais causas dele.

Uma das principais causas é que o executivo ainda utiliza práticas do século 19 como forma de obter os resultados que almeja, mas o mundo está mais complexo e em constante mudança.

Independentemente do segmento de atuação, as ações do executivo devem estar baseadas na era do conheci-

mento, não mais na era industrial. Ou seja, quem manda no mercado hoje não é mais o fabricante e sim o cliente, e ele quer ser tratado como único – mesmo em segmentos comoditizados. A estrutura hierarquizada é lenta demais para atender às suas demandas e é um erro fatal somente levar a eficiência como foco de seus indicadores de resultados, já que o problema hoje é a complexidade do mercado.

Outro ponto importante é entender definitivamente que quem traz resultado para a empresa são pessoas. Por isso, sua atuação no negócio deve ser voltada para gerar o melhor ambiente para que os colaboradores tragam os resultados.

Não tente motivar ninguém. Qualquer pessoa quer se sentir útil e produtiva, ou seja, quer se interessar pelo trabalho, motivar-se frente às metas que se compromete, buscar e aceitar responsabilidade, deseja realizar todo o seu potencial, é criativa e inovadora – tudo isso dentro das condições certas.

Então, por que as pessoas não dão o melhor de si ou não demonstram estar comprometidas? Muito prova-

velmente, você impede as pessoas de darem o seu melhor. Pergunte legitimamente para a sua equipe o que você faz ou deixa de fazer que a impede de ter o melhor desempenho. É um momento dolorido e difícil, a princípio todos dirão que está tudo bem, mas não aceite as primeiras respostas. Dê abertura para todos falarem. A partir daí comece a trabalhar, mudar. Sua responsabilidade é criar as tais condições certas para as pessoas buscarem resultados.

Concluindo, o papel do líder em qualquer momento, seja de crise ou não, é alinhar todos em torno das mudanças do mercado, da visão da organização, ser exemplo da prática dos valores da empresa e dar as condições certas para que os colaboradores realizem todo o seu potencial. Tenha a certeza de que seus concorrentes estão fazendo a mesma pergunta que você e pode ser que eles tenham a mesma resposta. A diferença entre um e outro é a coragem de mudar!

ROBERTA YONO EBINA

Consultora de Gestão

Recursos Humanos

COMPORTAMENTO DE FUNCIONÁRIOS: QUANDO O RH É CULPADO!

Tenho escutado muitas reclamações do departamento de Recursos Humanos de várias empresas. As queixas são antigas, mas a intensidade aumentou consideravelmente nas últimas semanas. Em especial, sobre funcionários que não sabem se vestir para trabalhar nem se comportar em viagens e eventos corporativos. E, com a mão de obra cada vez mais escassa, se o RH não encontra candidatos “prontos”, cabe a ele educar seus próprios colaboradores.

A parte da vestimenta é mais fácil de resolver. Se a corporação tem um *dress code* definido, basta cobrar para que seja colocado em prática. Caso não

tenha, é necessário criar um, colocar todas as regras no papel – do que pode e do que não pode – e distribuir para todos. Tudo o que não é proibido é, implicitamente, permitido.

As questões de comportamento são mais delicadas e requerem mais tempo e atenção para correção. Fechar os olhos e fingir que não viu não adianta nada e só dará margem para que outras situações iguais aconteçam.

Infelizmente, não se pode contar com o bom senso alheio. Mas, muitas vezes, a confusão se arma por falta de informação. Conversando com o RH de uma das empresas, contaram-me

indignados que uma funcionária foi trabalhar com a perna quebrada, de bermuda e camiseta. A moça nem sabia que não poderia trabalhar por estar machucada (segundo a CLT). Bermuda e camiseta foram as roupas que ela conseguiu vestir com o gesso cobrindo toda sua perna.

Por isso, empresas, antes de ficarem de cabelo em pé com as atitudes de sua equipe, vejam se ela está bem informada. E só a partir daí é que as cobranças passam a ser justas!

FLÁVIA QUINTELLA

Consultora de Imagem e Estilo

YELLOW CHANGES EVERYTHING

VOCÊ É NOSSO CONVIDADO PARA
SABER, EM PRIMEIRA MÃO,
SOBRE OS LANÇAMENTOS DA
KODAK NA **drupa** 2012

COMPAREÇA E APROVEITE PARA CONHECER
NOSSOS LANÇAMENTOS, SOLUÇÕES
E PACOTES ESPECIAIS PARA **drupa 2012**

DATA
12/04/2012

LOCAL
AUDITÓRIO
ABIGRAF
AV. PERNAMBUCO 2623
5º ANDAR
PORTO ALEGRE-RS

HORÁRIO
INÍCIO 17H
ENCERRAMENTO 22H

CONFIRME SUA PRESENÇA ATRAVÉS DO TELEFONE:
(51) 3343-4688 OU (51) 8123-4843 COM **ANGÉLICA COCIANI**
OU ATRAVÉS DO e-mail: angel@imagemsul.com.br

PARA SABER MAIS SOBRE "DIGITAL YOUR WAY",
VISITE O STAND DA KODAK F09-1 - PAVILHÃO 5, NA DRUPA.

Agenda do setor

REUNIÃO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA ABIGRAF NACIONAL

No mês de março, entre os dias 16 e 18, a Abigraf Nacional realizou a reunião para revisão do seu planejamento estratégico. Na abertura do encontro, ocorreu a palestra *Reflexões sobre o futuro da indústria gráfica*, ministrada pelo diretor técnico da ABTG, Manoel Manteigas de Oliveira, e Hamilton Terni Costa, diretor-geral da ANconsulting. Participaram da reunião o presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, Carlos Evandro Alves da Silva, e os diretores Ângelo Garbarski e Silvio José dos Santos, além do presidente do Singrapel, Gilmar Moscarelli Levien.



Divulgação/Abigraf Nacional

Agenda do setor

FALTA POUCO PARA A DRUPA

Maior evento internacional da indústria gráfica, a Drupa acontece de 3 a 16 de maio, em Düsseldorf, na Alemanha. Trata-se de uma oportunidade para o empresariado ficar por dentro das inovações tecnológicas do setor. Se você ainda não garantiu sua participação, entre em contato com a agência gaúcha Zona Sul Turismo para descobrir se ainda há tempo. O telefone da agência é (51) 3273-1544 – diferentemente do divulgado na edição anterior do Abigraf Notícias – e o e-mail, cecilia@zonasulturismo.com.br.

**CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE IMPRESSÃO DIGITAL**

No dia 11 de junho, a Abigraf Nacional promove a 2ª Conferência Internacional de Impressão Digital GeDigi-Abigraf 2012. A iniciativa foi concebida com o intuito de manter a discussão, troca de ideias e otimizar recursos para

o desenvolvimento das aplicações com impressão digital no mercado gráfico brasileiro. A conferência acontecerá no Hotel Maksoud Plaza, em São Paulo. Inscrições e outras informações no site www.apsfeiras.com.br/gedigi.

PHOTOSHOP CONFERENCE 2012

Entre 16 e 18 de abril, ocorre o Photoshop Conference 2012, no Centro de Convenções Rebouças, em São Paulo. Durante o evento, profissionais de destaque apresentarão uma espécie de "estúdio ao vivo", com a apresentação de técnicas de captura com pós-produção no Photoshop. Outras informações no site www.photoshopconference.com.br.



Divulgação/Photoshop Conference

Fisco

PRAZOS DE ENTREGA DE DECLARAÇÃO FISCAL SE ENCERRAM EM ABRIL

Todas as empresas inseridas no Simples Nacional precisam apresentar a Declaração Anual do Simples Nacional (DASN) até o dia 16 de abril. Os estabelecimentos que estiverem inativos durante

tudo o ano de 2011 devem entregar o documento com a opção de inatividade assinalada. Já o Empreendedor Individual tem até 31 de maio para enviar a Declaração Anual do Simples Nacional

(DASN-Simeii). Para as micro e pequenas empresas que estão em outros regimes tributários, o prazo de entrega da Declaração de Imposto de Renda Pessoa Jurídica vai até 30 de julho.

Associadas

Print Paper

TECHTUR NA ALEMANHA

Arthur Adalberto Schabbach, diretor da Print Paper (de Porto Alegre), e sua esposa Fátima Regina Schabbach viajaram à Alemanha para participar de um *Techtur* a convite de um fornecedor. Na viagem, realizada de 17 a 27 de março, conheceram diversas gráficas

no país, além de visitar as fábricas da KBA na cidade de Radebeul. O empresário postou na página do Facebook, durante todo o decorrer da viagem, as novidades que encontrou por lá. Quem quiser verificar, é só curtir a página da Print Paper no facebook.



Grafiset

TROFÉU OURO PARA CARTÃO DE VISITA

O diretor da Grafiset, Alexandre Reis, esteve em Miami, nos Estados Unidos, para buscar o troféu *Grafica Ouro* da 18ª edição do Prêmio Latino-Americano Theobaldo de Nigris. A peça *Cartão de Visitas da Padaria Mercopan* venceu na categoria *Papeleria personal o de oficina*. Parabéns a toda a família Grafiset por mais esta conquista!

Centhury

SIM AO SELO FSC

Há um ano a Centhury Artes Gráficas possui o selo FSC. A certificação, segundo Eleonora Hilgert Duarte, sócia-proprietária da empresa, endossa a preocupação do empreendimento com a sustentabilidade ambiental. "O selo

atesta que a companhia tem um zelo com o meio ambiente, com a natureza. É um diferencial até para o cliente, que começa a conhecer e agregar isso para suas empresas também. É uma prova de consideração com o futuro", salienta.

Apoiadores de 2012

Ouro



Prata



Bronze

