

BLOCK

DEL PAPEL, LA PAPELERÍA Y LA OFICINA

MAYO-AGOSTO 2023

REVISTA DE INFORMACIÓN PARA PROFESIONALES
DE LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO DEL PAPEL,
PAPELERÍA Y OFICINA

LAS FERIAS DEL SECTOR

cumplen ampliamente las expectativas

- «**FISOP_CSP**» (Torremolinos)
- «**FORUM_DSG**»
(Santiago de Compostela)

Productos
Para la campaña
"VAC 2023"



«**PLÁSTICOS PARDO**»
MARCA CON FAMA
DE CALIDAD EN EL
MERCADO NACIONAL
DE LA PAPELERÍA.
Alberto Pardo
(Dir. Cial. y Gerente)



«**GRUPO
SERVIEMPRESA**»
DESDE 1996
AVANZANDO EN EL
SECTOR...
Dely Fenoy (Dir.^a.
General)



«**COLOP ESPAÑA**»
10 AÑOS
DESARROLLANDO EL
MERCADO ESPAÑOL
DEL MARCAJE.
Xavier Marín
(General Manager)

www.blockcomunicaciones.com

LA SALUD COMIENZA EN EL TRABAJO



Ayuda a prevenir molestias cuando se trabaja en la oficina o teletrabajando

Descubre nuestras soluciones de bienestar para el puesto de trabajo y consejos para trabajar de manera saludable



ZONA 1 EVITA TENSIONES EN LA ESPALDA

Vigila tu postura. Usar un **respaldo** y un **reposapiés** puede ayudarte a adquirir la postura más saludable para trabajar.



ZONA 2 ALIVIA LA PRESIÓN SOBRE LAS MUÑECAS

Apoya las muñecas. Mantén los antebrazos paralelos al escritorio y las muñecas en una posición neutral con un **reposamuñecas**.



ZONA 3 REDUCE MOLESTIAS EN EL CUELLO

Consigue un ángulo de visión apropiado. Asegúrate de que tus ojos están alineados con la parte superior de tu pantalla utilizando **elevadores o brazos para monitor**.



ZONA 4 COMBATE LA INACTIVIDAD

Combate el sedentarismo. Alternar el trabajo sentado y de pie te ayuda a sentirte mejor y ser más productivo en el trabajo gracias a una **mesa de altura regulable**.

OPN.I.

OBJETO DE PAPELERÍA NO IDENTIFICADO

GANA **3.000€**
EN PRODUCTOS MP
Y 30 LOTES DE 500€

SÚMATE A LA PROMOCIÓN Y ANIMA
A TUS CLIENTES A PARTICIPAR.
¡PUEDEN LLEVARSE UN VIAJE A LA NASA
Y UN MONTÓN DE PREMIOS MÁS!

CUANTOS MÁS CLIENTES PARTICIPEN,
MÁS POSIBILIDADES TENDRÁS DE GANAR.



[MAINPAPER.COM/OPNIBLOCK](https://mainpaper.com/opniblock)

MP★





La barra adhesiva de color. Invisible al secar

El color del adhesivo delimita la zona a pegar, desapareciendo al secar.



BLOCK 115

DEL PAPEL, LA PAPELERÍA Y LA OFICINA
MAYO-AGOSTO 2023

SUMARIO

NOTIBLOCK	7
FERIAS	
• FISOP 2023	20
• FORUM 2023	24
EMPRESAS	
• DOS OFFICE GROUP	28
• COLOP ESPAÑA	30
• PLÁSTICOS PARDO	32
• SERVIEMPRESA	34
• DOHE	36
NUEVOS PRODUCTOS 2023	40
NOTICIAS NACIONALES E INTERNACIONALES	66
DIRECTORIO "EN LÍNEA": Las marcas del sector	71

BLOCK DEL PAPEL, LA PAPELERÍA Y LA OFICINA es una revista de información especializada sobre productos, campañas, opiniones y noticias de las empresas y los profesionales del sector.

Edita:
BLOCK COMUNICACIONES INTEGRALES, S.L.
Apdo. de Correos Nº 31
28250 Torrelodones
María Telo, 1
28420 Parquelagos (MADRID)
Tel.: (+34) 91 859 27 28
redaccion@blockcomunicaciones.com
<https://www.blockcomunicaciones.com>



Imprime: CGA
Depósito Legal: M-3216-1993



Portada: Diseño a partir de imágenes de "freepick.com"

Los artículos de esta publicación pueden ser reproducidos total o parcialmente previo permiso del editor y citando la fuente.

Revista BLOCK

redaccion@blockcomunicaciones.com
(+34) 91 859 27 28

¿Puede neutralizar el papel a la IA?

Se está desatando una verdadera historia alrededor de los avances de la Inteligencia Artificial (IA). Con ella, dicen, se puede llegar a falsear la realidad, hasta el punto de confundir ficciones con sucesos verdaderos, información real con "fakes" inventados, imágenes con figuras no reales. No en vano la IA se nutre de la Red Global, que ya sabemos que no destaca por el rigor de las informaciones que hace llegar a la gran mayoría. Así que nos enfrentamos al peligro, dicen, de habitar un mundo en el que no será posible discernir entre verdadero y falso, entre

ficción y realidad, entre verdades y mentiras elaboradas.

La buena noticia es que, quienes pertenecemos a este sector, sí manejamos una herramienta 100% inmanipulable: el papel. Las informaciones en él publicadas pueden no ser correctas, por ignorancia del autor, o incluso por su mala fe, pero una vez impresas nadie las puede modificar; siempre quedan como una base cierta para interpretar la realidad. Lo publicado no permite segundas redacciones, en el mismo soporte. Es una ventaja añadida del papel.

Este número de la revista **BLOCK** llega gratuitamente a sus manos gracias al apoyo de nuestras **EMPRESAS ANUNCIANTES:**

- AB MATERIALS (pág. 15) • APLI (pág. 37) • CARIOCA (pág. 61) • CSP GROUP (pág. 43) • CYP BRANDS (pág. 59) • DOHE (pág. 45) • DOS OFFICE (pág. 13) • DSG (pág. 19) • DUNSA (págs. 4 y 49) • FELLOWES (pág. 3) • FILA (pág. 51) • HAMELIN (pág. 9) • HSM (pág. 17) • IMEDIO (pág. 63) • JOVI (pág. 76) • MAIN PAPER (pág. 2) • MIQUELRIUS (pág. 57) • PILOT (pág. 11) • PLÁSTICOS PARDO (pág. 67) • PLICO (pág. 55) • POESSA (pág. 65) • ROCADA (págs. 38-39) • SERVIEMPRESA (pág. 41) • STAEDTLER (pág. 53) • TESA (pág. 75) • TOMBOW (pág. 6) • TORRASPAPEL (pág. 47).

REVISTA PARA LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO DEL PAPEL, LA PAPELERÍA Y LA OFICINA



all you need is
Tombow

—supercaligrafica—

**ESTUCHES
ABT DUAL BRUSH**

Rotuladores base agua doble punta pincel y fina. Ideales para lettering, watercoloring, bullet journal, dibujo de cómic/manga, stamping, bocetos, ..., ¡y mucho más! En estuches de 6, 10, 12 y 18 colores.



**SETS
DE LETTERING**

Todo lo necesario para iniciarse en el arte de las letras bonitas.

Incluye manual de instrucciones con recomendaciones y trucos para mezclar colores.



**BLENDED
LETTERING SETS**

Todo el material necesario para crear degradados de color armoniosos.

Incluye librito con pautas, recursos y trucos de lettering y alfabeto de minúsculas y mayúsculas.



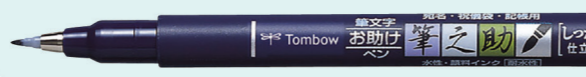
**KITS
BULLET JOURNAL CREATIVO**

Todo el material necesario para inspirarse y crear un diario creativo.



**ROTULADORES
FUDENOSUKE**

Ideales para caligrafía, los rotuladores tienen punta elástica y resistente que posibilita la variación de trazos, desde muy fino hasta ancho.



“Planea la Vuelta al Cole 2023, con los
O.P.N.I. de MP”

Ni un código secreto, ni un artefacto extraterrestre, ni invenciones extrañas... ¿Qué es un O.P.N.I.?

Pues ni más, ni menos, que un **“Objeto de Papelería No Identificado”**: esos objetos de **MP** que siempre están presentes en el día a día. Quizá no se repare mucho en ellos, pero siempre han estado ahí, en las papelerías, bazares y grandes superficies de toda la vida.



“SI ERES DISTRIBUIDOR –especifica esta campaña promocional– LA VUELTA AL COLE 2023 TIENE PREMIO PARA TUS CLIENTES Y PARA TI. Sólo es necesario comunicar la promoción en tu establecimiento, y animar a tus clientes a participar”. De esta manera tan sencilla es posible ganar 3.000 euros en material MP, y 30 lotes de productos valorados en 500 euros.

“ADEMÁS, TUS CLIENTES PUEDEN CONSEGUIR HASTA UN VIAJE A LA NASA”.

PARA SUMARSE A LA PROMOCIÓN BASTA CON ENTRAR EN: MAINPAPER.COM/OPNI/

MP Acuerdo de colaboración con Netflix

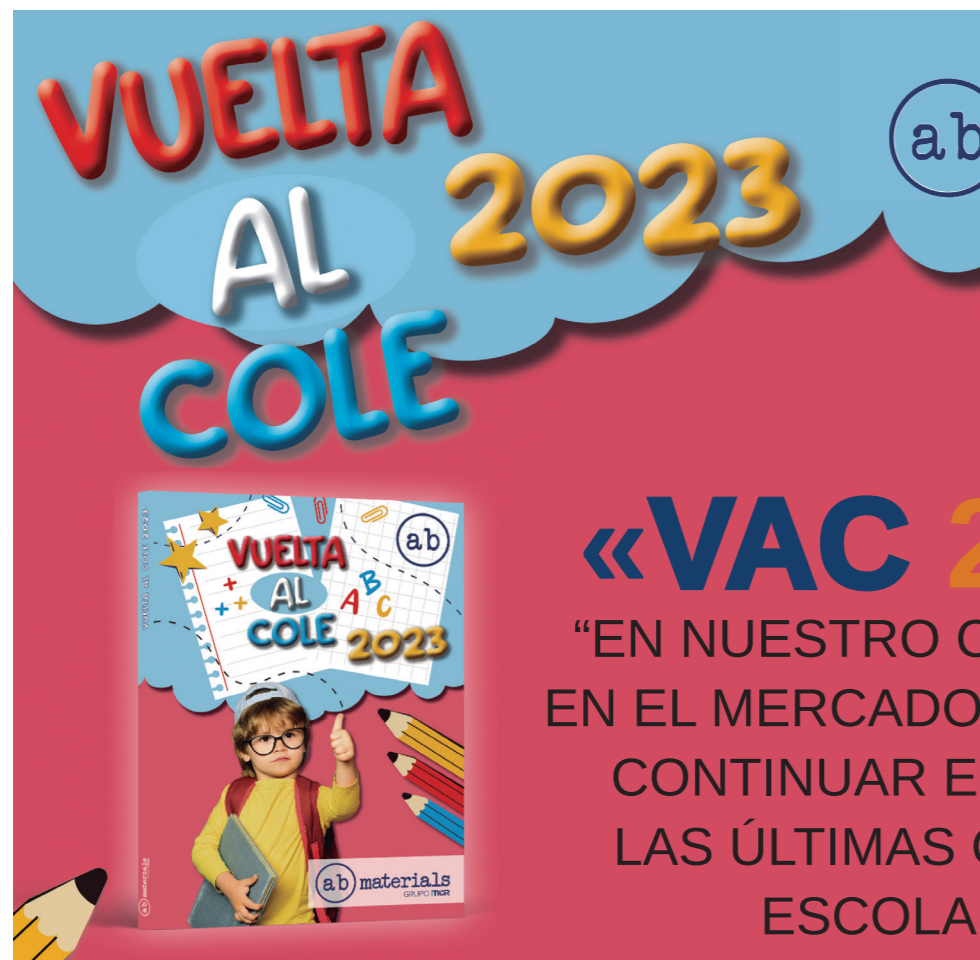
MAIN PAPER ha firmado un acuerdo con la empresa de entretenimiento y plataforma de streaming estadounidense, para fabricar y comercializar productos licenciados de sus series más icónicas.

En los próximos tres años, MP lanzará una colección de productos de papelería y material escolar con diseños basados en Stranger Things, La Casa de Papel y El Juego del Calamar. “Un importante acuerdo que posiciona a MAIN PAPER entre las marcas líderes de su sector”, aseguran en la empresa fabricante y mayorista.



Lian Chen y Carlos Martín, de Main Paper, y Luísa Llorens, de Netflix.





ab materials
GRUPO MCR

«VAC 2023»
“EN NUESTRO CUARTO AÑO EN EL MERCADO, CONFIAMOS CONTINUAR EL ÉXITO DE LAS ÚLTIMAS CAMPAÑAS ESCOLARES”.

“Nuestros clientes confían cada día más en nosotros gracias al buen trabajo y servicio que les ofrecemos. Por eso confiamos en que esta campaña VAC 2023 repita el éxito de años anteriores. Las perspectivas son muy buenas”, asegura Santiago Marín (Managing Director de ab materials).

“Llevamos tres años con una VAC un tanto atípica. La pandemia ha cambiado los hábitos de consumo, y los dealers trabajan ahora de otra forma. Antes era común ver en junio suministradores y papelerías repletas de productos, pero eso ha cambiado. No obstante, estamos seguros de que este año mejoraremos los resultados de la campaña del año pasado. En líneas generales, ya lo estamos logrando mes a mes, desde que comenzó 2023, así que no podemos esperar otra cosa que una línea ascendente también en el consumo de productos puramente escolares”.

HERRAMIENTAS DE MARKETING TRADICIONALES

“Hemos diseñado una presentación especial de la campaña para nuestro equipo comercial, y para que el cliente vea nuestro surtido de productos, así como las ventajas que le ofrecemos por confiar en nosotros. Además, un Catálogo especial VAC 2023 incluye producto escolar puro para el centro escolar.

Es decir, estamos manejando dos herramientas en una. Como el porfolio es tan amplio, en el Catálogo VAC 2023 hay una gran representación de productos, pero los clientes saben que tenemos una web con todos los productos disponibles para su compra directa. En un solo carro, papelería y tecnología. En una sola entrega, y con una única factura.

Además, ofrecemos herramientas comerciales para los clientes que apuesten por hacer la campaña VAC 2023 con ab materials: financiación, reembolsos, promociones, etc.”.

¿QUÉ SERÁ LO MÁS DEMANDADO?

“Creo que el mercado tradicional sigue siendo el de siempre, y demandará lo habitual. No obstante esta tendencia, estamos seguros de que habrá un crecimiento importante en tecnología, y queremos que nuestros clientes puedan disponer de herramientas para venderla en todas sus categorías. Recientemente hemos firmado acuerdos para distribuir nuevas marcas, como Dahua, Newline o Philips, que se unen a las específicas de educación, como tablets Samsung u Oppo, y portátiles Acer y Asus.

¿Cómo aumentar la penetración de la tecnología en las aulas? Es una pregunta para el Ministerio de Educación, porque nosotros vendemos lo que nos permiten los centros educativos. Igualar las oportunidades a la hora de conseguir tecnología en cualquier centro educativo es otro de los grandes retos. Cómo hacerlo lo deciden las autoridades. Nosotros estamos para asesorarles y proporcionar el mejor producto al mejor precio posible”.

Y PARA FINALIZAR...

“Como siempre, remarcar que ab materials es un mayorista de papelería y material de oficina dedicado a dar servicio a papelerías, suministradores con y sin punto de venta, y que distribuimos no sólo tecnología, sino todos los productos que necesiten nuestros clientes. Somos parte del Grupo MCR, primer mayorista de capital nacional en España (497 millones de facturación en 2022). No vendemos al usuario final; sólo a los profesionales del sector”.

NUEVAS MOCHILAS



YOUNG PROOF*



NUEVAS MOCHILAS OXFORD A PRUEBA DE 3 TONELADAS DE TRABAJOS, JUEGOS Y SERIES, 3 KM DE PASEO POR EL SUELO, 1001 SECRETOS Y SECRETILLOS, REGRESOS NOCTURNOS CON VISIBILIDAD GARANTIZADA Y, LO MÁS IMPORTANTE, A PRUEBA DE VIDA, LA TUYA.

MOCHILAS DISEÑADAS POR Y PARA ESTUDIANTES.



DESCUBRE LA CAMPAÑA

*Youth Proof (licencia publicitaria)



CARLIN EN EL SALÓN INTERNACIONAL DE LA FRANQUICIA

Carlin participó como expositor en la XXVII Edición de Expofranquicia (Salón Internacional de la Franquicia), celebrada en Ifema (Madrid), del 18 al 20 de mayo de 2023.

La enseña Carlin, fundada en 1989, está formada por más de 230 franquiciados, con 300 puntos de venta, que comercializan productos de papelería, artículos de regalo, consumibles de papelería, informática y mobiliario de oficina, principalmente.

Su adquisición por parte del Grupo Comercial del Sur, en enero de 2023, impulsará la difusión de la marca Carlin y de toda su red, proporcionando a sus franquiciados, entre otros servicios, la logística más avanzada a través de sus dos plataformas de Málaga y Guadalajara, y las soluciones digitales más innovadoras.

En este contexto, Carlin ofreció en Expofranquicia sus productos y servicios especialmente diseñados para el mercado de la papelería, compartiendo su experiencia y conocimientos con sus visitantes.



CARLIN

...La presentación de Carlin como parte del Grupo Comercial del Sur tuvo lugar durante la reciente feria FISOP 2023.



«NAVIGATOR» SORPRENDE CON SUS...

“NAVIGATOR PREMIUM WRITING”

CUADERNOS PENSADOS PARA QUIENES SE PREOCUPAN POR EL MEDIOAMBIENTE.

Una propuesta totalmente nueva para los habituales de los papeles Navigator, normalmente enfocados hacia el mercado de impresión: ahora también en forma de productos escolares y para escritura en general.

“Escribe el futuro”

El lema de su lanzamiento destaca las cualidades del nuevo producto: haber sido fabricado en su totalidad –papel, portadas e incluso espiral– con materiales 100% reciclables. Porque el “propósito corporativo” que mueve la propuesta es incidir en la importancia que da la marca a “las personas, a su calidad de vida y al futuro del planeta”.

El proceso tradicional de producción de los papeles Navigator parte de la pulpa de celulosa del Eucalyptus globulus, una fibra que ofrece hasta cinco veces más ciclos de reciclaje que otras. Así se ha conseguido, en el caso de estos cuadernos, un soporte Premium Writing Paper, de 80 gr/m².

La nueva gama está diseñada en formato A4, con el logotipo de Navigator Premium Writing más el eslogan “One Planet, infinite ideas” en las cubiertas. En 6 colores de tendencia y dos tipos de rayado: horizontal y cuadrícula.

www.navigator-paper.com



NAVIGATOR
Office Paper Solutions

...La nueva gama de cuadernos “Navigator Premium Writing” está fabricada con el sello de las más importantes certificaciones medioambientales.



FRIXION^{ball}

rollerball.



borrable

recargable

rápido,
fácil,
limpio.

PILOT

#writeyourworld

Imedio® relanza su marca para liderar el mercado

98%
FÓRMULA
NATURAL
FUERTE Y RÁPIDO



LA ICÓNICA MARCA ESPAÑOLA DE PEGAMENTOS, LANZA SU NUEVA IMAGEN Y CATÁLOGO DE PRODUCTOS.

IMEDIO® LLEGA AL MERCADO ESTE 2023 CON SU NUEVA Y MÁS COMPLETA GAMA DE ADHESIVOS, APOSTANDO POR REFORZAR SU VÍNCULO CON ESCOLARES, PROFESORES Y FAMILIAS.

También conocido como el pegamento "banda azul", nació en Calzada de Calatrava (Ciudad Real) de la mano de su fundador, Gregorio Imedio.

Todo empezó con el descubrimiento de una fórmula capaz de unirlo todo, y desde entonces son ya más de 70 años estando presente en miles de hogares, colegios y oficinas de toda España. Su trayectoria y eficacia lo han convertido en un sello de confianza y calidad.

"Gracias a todos estos años estando presente en la creatividad y diversión de niños y adultos, Imedio® puede exhibir hoy con orgullo su lema **Toda una vida juntos**", explica Obdulia Villarrubia (Responsable de Comunicación).

GAMA ReNATURE

Fiel a su cometido de seguir formando parte activa de la historia, Imedio® refuerza ahora su implicación con el respeto y el cuidado por el medio ambiente a través de la incorporación de su nueva gama **ReNATURE**. Compuesta de una fórmula natural y con envases sostenibles de

materiales de origen vegetal o 100% reciclados, gracias a ella la marca ha logrado reducir considerablemente el consumo de materias primas fósiles y las emisiones de CO₂.

NUEVO CATÁLOGO

Además de la gama **ReNATURE**, su nuevo catálogo de productos cuenta con la barra y el pegamento universal, masillas adhesivas "patafix", correctores, adhesivos de reparación superrápidos y la línea creativa con los "glitter glue", para crear miles de decoraciones en los trabajos más sorprendentes.



Imedio® ha vuelto a poner en marcha su Concurso escolar "Cuidamos el Medio Ambiente".

Una iniciativa nacional para que profesores y alumnos de Educación Infantil, Primaria y Especial, expongan sus ideas para mejorar el planeta, a través de trabajos manuales y creativos.

"Poniendo el foco en el presente y el futuro, para Imedio® innovación, sostenibilidad y calidad son conceptos básicos y esenciales, que están presentes en todas las áreas, desde el desarrollo y fabricación del producto hasta la utilización por parte del consumidor".

Más información: www.imedio.es

DOS
OFFICE GROUP

El grupo de distribuidores independientes más importante de España



LA LIBERTAD DE SER UN GRUPO

Unido al grupo internacional BPGI que refuerza los acuerdos con los proveedores internacionales

Web plenamente personalizable a disposición de los asociados

Retorno del 100% del rapel conseguido

Alta rentabilidad para tu negocio con una cuota mínima

Únete a otros distribuidores como tú y hazte más fuerte en un mercado cada vez más competitivo

Herramientas de marketing eficaces (catálogo general para oficina, catálogo para colegios, folletos, RRSS, etc)

Marcas propias, de uso exclusivo para los miembros del Grupo

+34 91 323 20 64
central@dosoffice.es
www.dosoffice.es

PILOT REFUERZA SU APUESTA POR LOS BOLÍGRAFOS CON TINTA BORRABLE...

...Estrenando un nuevo spot publicitario de su modelo "Frixion"

La campaña promocional se llevará a cabo en TV infantiles y RR.SS., en agosto y septiembre de este año.



El nuevo spot se puede visualizar capturando este Código QR.

Los bolígrafos "Frixion", de los que ya se han vendido más de 2.000 millones de unidades en todo el mundo, son fabricados ahora con al menos un 50% de plástico reciclado.

LA TINTA DE LOS BOLÍGRAFOS PILOT "FRIXION" DESAPARECE con sólo "friccionar" –de ahí su nombre– sobre lo escrito con la bolita de silicona que incorpora en el capuchón. El borrado se produce porque la tinta es termosensible; es decir, reacciona al cambio de temperatura. A unos 65 °C desaparece el pigmento que da color a la tinta, y ésta se vuelve transparente. Se recupera el pigmento de color original someténdolo a temperaturas inferiores a -15 °C.

La bolita de silicona aplica calor intenso en poco tiempo, y hace que desaparezca el pigmento de color de la tinta. Por eso es importante mantenerla limpia, para no ensuciar el papel.

Gracias a este sistema de borrado es posible corregir y volver a escribir tantas veces como sea necesario, porque el proceso no daña ni mancha el papel, ni deja restos de la corrección, como ocurre cuando se emplean las gomas de borrar tradicionales.

El cuerpo de los bolígrafos FRIXION indica su color: 15 tonalidades brillantes, con tinta gel del mismo color. Incorpora un grip de agarre, para busca reducir la fatiga al escribir.

Ambiente, Christmasworld y Creativeworld: del 26 al 30 de Enero de 2024

¿Qué habrá de nuevo en las ferias de consumo de Frankfurt, en 2024?

Señales aún incipientes apuntan a nuevas ideas para aumentar la cantidad y calidad de los espacios en "Ambiente Dining" y "Ambiente Working", sobre todo, así como en la sección "Global Sourcing" de Ambiente y Christmasworld. "Estamos discutiendo opciones de ubicación y una mejor descripción de varias de las gamas de productos", han destacado Julia Uherek y Philipp Ferger (Vicepresidentes de Ferias de Bienes de Consumo de Messe Frankfurt).

Novedades en "Ambiente Working"

Los proveedores de material de oficina y tecnología se



trasladarán al Forum 0 y al Festhalle para disponer de más espacio. Remanexpo, estará ubicada en el Centro de Congresos y, además, en el Foro 1. Toda la gama de regalos, artículos escolares y papelería se unirá en el futuro bajo un mismo techo en el Pabellón 4.2, y

se ampliará la sección Regalos Urbanos, Papelería y Escuela. El área "Future of Work" tendrá un nuevo nombre –"Office Design & Solutions"–, y se trasladará a la parte este del Pabellón 3; seguirá reflejando las facetas de la metatendencia New Work, en un atractivo entorno de diseño de interiores. Los proveedores de papelería de grandes volúmenes también hallarán más espacio en el área occidental del recinto de Messe Frankfurt.

VUELTA AL COLE 2023

ab



ab materials
GRUPO MCR

MCR DELEGACIÓN MADRID
C/Rosalind Franklin, 26.
28906 Getafe Madrid
91 440 07 00

MCR DELEGACIÓN BARCELONA
Bergueda 1, Local A5 2ª Planta
08820 El Prat de Llobregat Barcelona
93 343 58 85

MCR DELEGACIÓN PORTUGAL
Rua de Agra, 808 1
4475-304 Milheiros (Maia)
Portugal

Catálogo disponible en nuestra web:

www.abmaterials.es



“ROCADA: el fabricante español se proyecta hacia los mercados asiáticos”

Gamas NATURAL y SKIN-DUO.

El fabricante de mobiliario para espacios de trabajo gana en presencia en el mercado internacional, europeo y ahora asiático. “De hecho –señalan en el Departamento de Marketing de Rocada– ya hemos conseguido muy buenos clientes gracias a tanto esfuerzo en tantas y diversas acciones comerciales, ferias, videoconferencias... Nuestras gamas NATURAL y SKIN-DUO son las que están teniendo más aceptación entre los clientes asiáticos. Especialmente la primera”.

PRESENCIA EN FERIAS INTERNACIONALES

“Como proyecto inmediato en este terreno, asistiremos de nuevo a la feria ISOT 2023 (19-21 de julio), en Tokio (Japón). Ya estuvimos exponiendo el año pasado, de la mano de nuestro socio japonés, y la respuesta en aquella ocasión fue muy buena. La feria atrajo a unos 35.000 visitantes, y nos dimos cuenta que al comprador asiático le gusta mucho lo genuinamente europeo, sin importarle mucho el precio si la calidad de los materiales y los acabados son excelentes, así que volveremos en este 2023”.

ROCADA también asistirá, como expositor, a Paperworld Middle East (21-23 de noviembre) de 2023, en el Dubai World Trade Centre (Emiratos Árabes). Se trata de la mayor feria comercial del sector en Oriente Medio.

NATURAL Y SKIN DUO: LAS GAMAS CON MAYOR PROYECCIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL

“Los valores ecológicos de los productos tienen cada vez mayor relevancia en los nuevos desarrollos para el sector de la oficina, como hemos podido comprobar en los encuentros

internacionales, de manera que nuestras propuestas de productos más sostenibles suscitan mucho interés en aquellos mercados en los que prima la calidad.

Tal ocurre con nuestra GAMA NATURAL, diseñada para aportar calidez y modernidad a los espacios de trabajo Eco-Friendly, o las soluciones que hacen los espacios más flexibles y multivalentes, como la GAMA DE PIZZARRAS SKIN-DUO, que funcionan casi como una pared y que se fusionan fácilmente con el entorno”.



ROCADA TAMBIÉN ESTUVO PRESENTE EN LA FERIA FISOP 2023 Y EN LA CONVENCIÓN DOS OFFICE GROUP



...“En ambas ferias presentamos las gamas de productos en las que somos líderes: • MONITORES-INTERACTIVOS con pantalla multitáctil, utilizables también como pizarra interactiva autodesplazable gracias a ir montados sobre un mueble de diseño especial. • SKIN DUO (100 x 100 cm y 100 x 200 cm modular). • Pizarras y mesas NATURAL, fabricadas con materiales con certificados FSC y PEFC. • Sillas ERGOLINE (dirección, confidente, de oficina, colaborativas, gaming y sillas-taburete). • PIZARRAS CON SOPORTE MÓVIL y sistema Free rotation 360°. • PIZARRAS PEQUEÑAS DE PARED o con trípode, de uso escolar. • Mobiliario BE SOFT, ideal para espacios de trabajo colaborativos y/o reunión”.

ACCO BRANDS

Galardonada en la “XXII Edición de los Premios Europeos de Productos de Oficina” (EOPA)

La edición EOPA'23 se presentó una vez más en el marco del evento OPI's Partnership, que reunió por novena ocasión a altos ejecutivos europeos entre los colectivos de distribuidores y fabricantes.



A la cena de presentación en el Hotel Okura de Ámsterdam el 13 de marzo de 2023 asistieron destacadas personalidades del sector de toda Europa. En la velada se destacaron grandes productos, iniciativas, empresas y personas del sector de los suministros empresariales. También fue una magnífica oportunidad para reunirse, conocer a socios comerciales y forjar nuevas relaciones, al tiempo que se brindaba por todo lo innovador, progresista y resiliente en nuestro sector.

Sea en respuesta al creciente interés por la sostenibilidad, a la realidad del trabajo híbrido o a la necesidad de adoptar el comercio electrónico, el jurado quedó impresionado por el nivel de las candidaturas, en un total de 12 categorías.

Steve Hilleard (Director General de OPI), presidente del jurado de este año, inició su breve discurso de bienvenida recordando el objetivo de la convocatoria. “Por vigésima segunda vez, los líderes del sector europeo de suministros a empresas se reúnen este año para premiar lo mejor de su industria. En los últimos tres años hemos sido testigos de retos sin precedentes, sociales, políticos y económicos, pero la industria ha sabido superarlos, e incluso prosperar con productos nuevos e innovadores, campañas e iniciativas inspiradoras y un liderazgo sobresaliente. Ha sido realmente impresionante”.

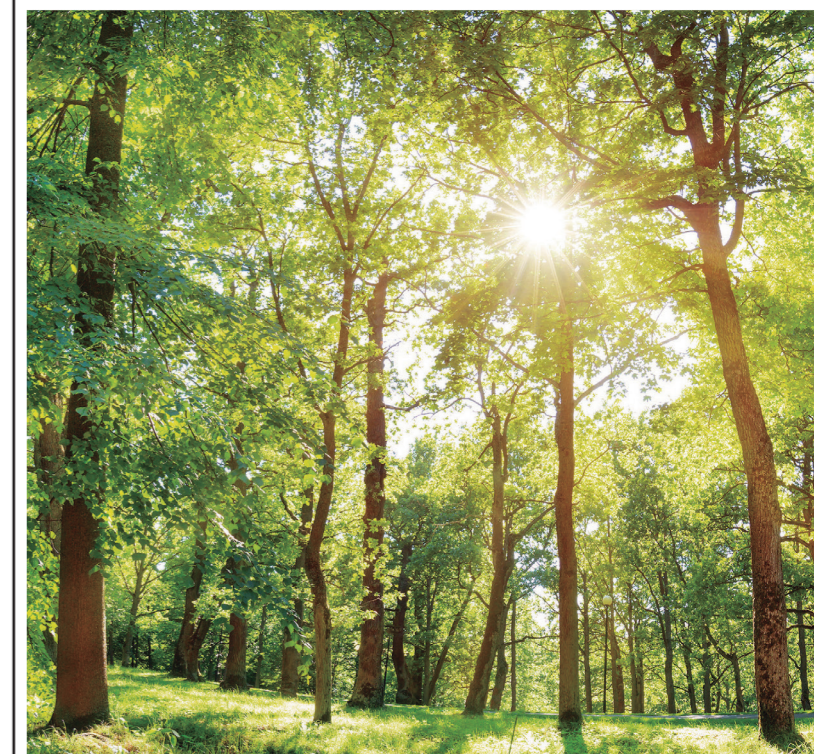
GAMA “LEITZ ERGO”: MEJOR PRODUCTO COMERCIAL 2023

“Para ACCO Brands es muy gratificante recibir un premio tan prestigioso para su gama Leitz Ergo. Reconoce nuestro objetivo de ofrecer soluciones de producto enfocadas en el consumidor, lo que fomentarán nuevas oportunidades de ventas y beneficios para la industria”, afirmó **Steve Keen** (Vice President Product Marketing ACCO Brands EMEA).

“BIEN PUEDE DECIRSE QUE LEITZ ERGO ES UNA MUESTRA EVIDENTE DE LA EVOLUCIÓN TÉCNICA DE UNA MARCA. SU SELECCIÓN DE PRODUCTOS, ELEGANTES Y ERGONÓMICOS, COMBINA LA COMODIDAD DEL ESTILO DOMÉSTICO, CON UNA CALIDAD MÁXIMA, FUNCIONALIDAD Y TAMAÑO COMPACTO. LEITZ ERGO HA SIDO DISEÑADA PARA MEJORAR LA SALUD Y EL BIENESTAR, MANTENIENDO AL USUARIO ACTIVO DURANTE TODO EL DÍA”.



Great Products, Great People.



Bueno para el medioambiente, bueno para usted

Las destructoras de documentos HSM SECURIO destruyen datos de forma absolutamente segura y fiable, ahorran energía y son especialmente sostenibles.



www.hsm.eu



antalis ^{EM}

M^a DOLORES MONTERRUBIO

[Jefa de Producto y Responsable de Medioambiente y RSC]

“En embalaje es donde estamos creciendo más, y estamos invirtiendo más”

ANTALIS PRESENTÓ SUS INNOVACIONES EN EMBALAJE ECO-RESPONSABLE EN **PICK&PACK** (FERIA SOBRE LA DIGITALIZACIÓN EN EL PACKAGING Y LA LOGÍSTICA), CELEBRADA EN MADRID (IFEMA), DEL 25 AL 27 DE ABRIL DE 2023.

DOLORES MONTERRUBIO (JEFA DE PRODUCTO DE ANTALIS) NOS DIO ALGUNAS CLAVES SOBRE LA MARCHA DE ESTA ÁREA DE NEGOCIO, Y LAS NUEVAS ADQUISICIONES DEL GRUPO.

BLOCK._ ¿Podría decirse que el negocio de Antalis está ahora en el embalaje?

._ Sí, y no. Seguimos teniendo el mismo interés en el A4, en el papel de impresión e incluso en los papeles de Visualcom (comunicación visual) que seguimos potenciando. Lo que ocurre es que son sectores más maduros, donde ya tenemos una posición más establecida.

En cuanto al área de embalaje, todavía no representa la parte mayoritaria, que sigue siendo en general los papeles de impresión, pero el embalaje es una parte que está creciendo y que más vendemos. Así que pensamos que tenemos una gran oportunidad, y estamos ampliando la gama de estos productos, formando equipo comercial e incluso –es importante destacarlo– comprando también empresas.

El año pasado compramos BB Pack Group, en Alemania, y el Grupo Cohal, en España (etiquetas autoadhesivas y productos de packaging), y el 31 de marzo hemos cerrado la compra de Gosuma, empresa española de distribución de embalajes.

Green Card y Green Star System™ para embalaje

BLOCK._ ¿Qué innovaciones han presentado en esta feria?

._ Varios productos. Desde papel de envolver biodegradable Geami, hasta bolsas kraft y cintas adhesivas de papel biodegradables y FSC, o sobres reciclados, plástico de burbuja o film estirable reciclado, cajas certificadas FSC, etc. Pero, principalmente, dos iniciativas innovadoras: Green Card y Green Star System™, ambas para embalaje.

La nueva **Green Card** recopila una información más exhaustiva y unificada de todos los proveedores, pues cada uno maneja fichas técnicas diferentes, y expresan sus especificaciones de una manera que es difícil comprender. Así que lo que hacemos es armonizar la información, y presentarla de la misma manera unificada.

Por su parte, **Green Star System™** es una clasificación del embalaje de 0 a 5 estrellas, en la que 0 significa menos sostenible y 5 más sostenible. Ya existía en papel y en Visualcom, y es útil para el cliente al que le cuesta manejarse entre tanta certificación. Le permite elegir el producto que más se adecúa a sus necesidades, y se basa en un estricto conjunto de criterios (material reciclado, material de origen biológico, reciclabilidad técnica...) que se mide de forma meticulosa y coherente.

BLOCK._ ¿Fabrican embalaje a medida?

._ Sí. Tenemos producto standar para entrega rápida, más normalizado y para un amplio número de sectores, y luego todo tipo de personalizaciones, con la marca o el logotipo de empresa, como productos a medida. Lo hacemos en nuestro centro de diseño, o en colaboración con nuestros proveedores. Entre todos buscamos la solución.



www.antalis.es “En un solo sitio todos los productos Antalis. De la gama de embalaje, y también para impresión, y con todas las credenciales medioambientales”.

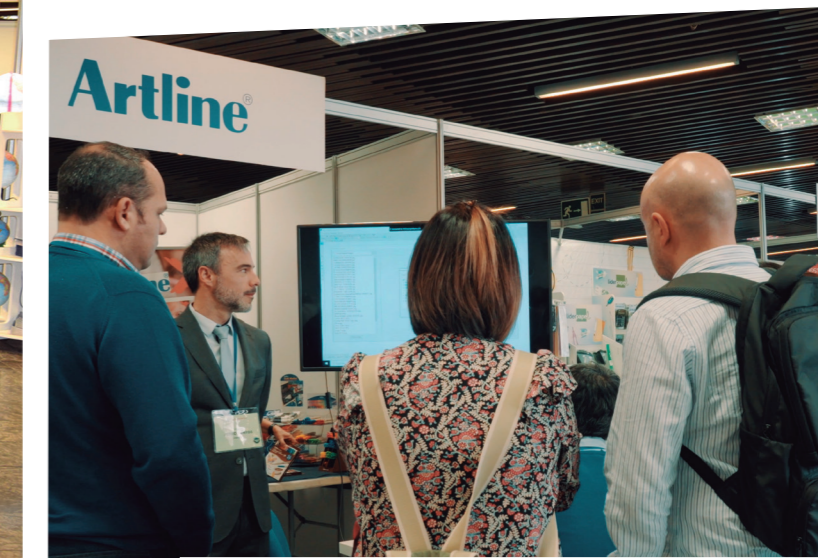
DSG

CAMPAÑA
VUELTA
AL COLE
2023

DISEÑADA
PARA
TI



A TU DISPOSICIÓN



XXXII FERIA INTERNACIONAL DE SUMINISTRO DE OFICINA Y PAPELERÍA

«FISOP 2023»: Arrancando la campaña escolar

El espacio expositivo «FISOP 2023», de Comercial del Sur de Papelería (CSP), abrió sus puertas, del 16 al 18 de marzo, en el Palacio de Congresos de Torremolinos (Málaga). Tres días pensados, sobre todo, para que fabricantes y distribuidores de marcas en exclusiva pudieran interactuar con sus clientes, informando sobre sus novedades y las virtudes de sus productos con la vista puesta en las próximas campañas, especialmente para la “VAC 2023”, pero sin ignorar la campaña de Navidad, aunque parezca muy lejana, y el mercado del producto “Lifestyle”, que no pierde vigencia.

En opinión de **Carlos Benavides** (Administrador de Comercial del Sur), “el balance ha sido, un año más, muy positivo. Nuestros equipos han tenido que hacer auténtico encaje de bolillos para coordinarlo todo: fechas, adecuación de las instalaciones, coordinación con los expositores, alojamiento de los invitados en distintos hoteles de Torremolinos, organización de la cena de inauguración... No ha sido tarea fácil,

dada la cantidad de expositores y visitantes”. Tampoco lo fue distribuir las aproximadamente 115 marcas con sus correspondientes stands en los dos niveles del Palacio de Congresos de Torremolinos. En el primero se ubicaron las marcas y productos que CSP distribuye, y en el superior los de fabricación propia (Liderpapel, Q-Connect, Belius, Carlin) o distribución exclusiva de CSP (Citizen, Artline, Cuaderno Inteligente, etc.).

El mayorista y distribuidor español invitó al evento a muchos de sus clientes independientes activos, a sus más de 50 clientes integrantes del Grupo Omnia y a los más de 230 franquiciados Carlin –enseña que acaba de incorporar–, para los que preparó ofertas exclusivas, financiación especial para compras y reuniones marcas-clientes.

En conjunto, la feria volvió a transmitir muy “buenas sensaciones” en cuanto a salud del sector en general –al menos entre los varios miles de visitantes profesionales que acudieron–, y muy buena opinión sobre la capacidad profesional de la organización convocante.

La feria siempre ha sido un espacio de encuentro e intercambio exclusivo entre los clientes de CSP y los fabricantes de los productos que ofrece. Así que no es extraño que todos los productos en exposición fueran exclusivamente los ya incluidos en el catálogo del distribuidor, lo que inevitablemente implicara excluir algunas novedades de los fabricantes.

NOVEDADES/I+D EN LOS PRODUCTOS ESCOLARES Y DE OFICINA

En su primer día, el evento estuvo dedicado a los compradores de productos para oficina y soluciones para el puesto de trabajo, de la mano de **Fellowes, Rocada, HSM, Esselte, Epson...**, mientras en las jornadas siguientes primaron la papelería de oficina y la escolar, de manualidades, regalo, escritura y complementos. Todo ello suscitó una vigorosa actividad comercial en los stands.

En cuanto a productos en concreto, también en esta feria se pudo apreciar cómo las marcas han acelerado la fabricación con materias primas naturales y de consumo responsable: la sostenibilidad y el reciclaje ya son conceptos omnipresentes en todas ellas.

Entre los ejemplos más característicos, en esta tendencia creciente, destacar ejemplos como las gamas **STAEDTLER** de rotuladores “Lumocolor” y de lápices “Noris” fabricados con madera de excedentes de aserraderos. **DIMO** presentó como novedad su “Letratag 200B”, una impresora portátil de etiquetas con tecnología bluetooth y carcasa y embalaje fabricados a partir de un 70% de materiales reciclados. **ARGUVAL** llamó la atención con su papelería informal, ahora también “de usar y

plantar”. **ARCHIVO 2000**, con su gama de productos de archivo y presentación 100% reciclada y reciclable. **PILOT**, y su gama de bolígrafos “Super Grip” con al menos un 70% de material reciclado (excepto las partes recambiables). **JOVI**, que acudió con el lanzamiento de su nuevo producto escolar “Crazy Cars”, que aúna arte y tecnología. **Plásticos PARDO**, centrado en la novedad de su serie “Office”, y botellas termo “Smart Hydrate & Reuse. **3M**, más tradicional, mostró los nuevos colores en sus “Post-it Super Sticky”. **PLICO**, que destacó las nuevas cintas adhesivas especiales de gran flexibilidad, para trazados curvos. **INSTANT**, y su nuevo “kit Slime+Activador”, que sustituye definitivamente al slime a base de mezclar bicarbonato y líquido de lentillas... Y, por último, **IMEDIO** y su impulso al relanzamiento de la gama de su pegamento universal, conocido por todos los escolares españoles desde hace décadas, sólo que ahora con un 98% de materia natural.

Todos ellos, y muchos más, hasta completar una relación de, aproximadamente, 5.000 referencias presentes en esta edición de «FISOP 2023».



EXPOSICIONES INFORMATIVAS SOBRE LOS SERVICIOS DE CSP PARA EL GRUPO OMNIA Y LOS NUEVOS CLIENTES CARLIN

CSP también aprovechó su feria para presentar a sus clientes-visitantes los servicios de los que se pueden beneficiar en áreas como logística, informática, ciberseguridad y planificación del marketing anual. En esta ocasión, la formación estuvo dirigida, por separado, a clientes tradicionales, a los integrantes del Grupo Omnia y a los establecimientos Carlin recientemente incorporados, presentando a estos últimos el Plan General de Integración a CSP.



¿Buscando la concentración?
“Realmente, no es así. Los clientes independientes merecen nuestra atención al igual que los que se quieren franquiciar. Nuestra obligación es adaptarnos a todos ellos”.

Roberto Frates

“...ESTAMOS TOTALMENTE DECIDIDOS A FORTALECER AÚN MÁS LA MARCA CARLIN”

El Grupo Comercial del Sur anunció a finales del pasado año la adquisición de los activos pertenecientes a CARLIN VENTAS DIRECTAS; es decir, de su fondo de comercio, propiedad industrial y actividad del Grupo Carlin dentro y fuera de España. La operación comenzó a tener plenos efectos a partir de este 2023.

Durante la celebración de «FISOP 2023», Roberto Frates (Director General del Grupo Comercial del Sur de Papelería) –atento como siempre–, aprovechó un descanso en la reunión con los franquiciados Carlin para explicar a nuestra revista algunos aspectos a destacar sobre la incorporación de la emblemática enseña –más de 220 franquiciados con 300 puntos de venta– a la estructura de CSP.

“Lo principal hasta el momento es que hemos escuchado y entendido las demandas de nuestros nuevos franquiciados. Hemos realizado encuestas, y visitado a todos los nuevos socios, valiéndonos de nuestro equipo de ventas y dirección comercial”.

BLOCK. *Es pues el momento de presentar a los clientes Carlin un “Plan Estratégico” específico...*

Roberto Frates. Efectivamente, así lo estamos haciendo en esta feria. Sin embargo, antes que nada quiero destacar que Carlin es un servicio más de Comercial del Sur. Estamos tan interesados en que exista un cliente Carlin, como en ofrecer nuestros servicios a un cliente independiente o de cualquier otro Grupo vinculado a Comercial del Sur.

Muchos clientes de CSP independientes nos pidieron que, además de aportarles el servicio logístico, de marketing o de IT, les enseñáramos cómo montar un comercio –distribución de productos, escaparatismo o mobiliario–, o cómo dotarles de una marca conocida a nivel de papelería y suministros de oficina que les diera mayor notoriedad. Entendimos la necesidad y decidimos comprar Carlin, que supone un paso más allá en el servicio a nuestros clientes.

BLOCK. *¿Que trabajo han desarrollado para incorporar a los nuevos clientes Carlin?*

La entrada de CSP en Carlin fue el 1 de enero de este año, y desde entonces lo que hemos hecho es averiguar las

necesidades de sus franquiciados, con encuestas y visitas a todos ellos. Además de estas conversaciones, también hemos realizado presentaciones online en tiempo real. En base a todos los datos así recopilados, y al conocimiento de nuestras dos enseñas francesas, es como hemos preparado el “Plan Estratégico” presentado en «FISOP 2023».

BLOCK. *¿Han registrado algún abandono en el Grupo Carlin, o más bien ha habido miembros de las antiguas enseñas de CS que han pensado pasarse a Carlin?*

A la primera pregunta, la respuesta es NO. Todos los Carlin siguen siendo Carlin. Y en cuanto a la segunda pregunta, Sí. Ya tenemos algunos interesados, pero, como decía, nuestro objetivo es que cada cliente decida por sí solo su mejor opción de relación con Comercial del Sur.

«CARLIN SUPLIRÁ A ROUGE PAPIER EN EL MERCADO ESPAÑOL»

BLOCK. *Sus franquicias Rouge Papier serán integradas en Carlin España, ¿no es así?*

Efectivamente. Tenemos la intención de dotar a los clientes de CSP de una enseña reconocida a nivel nacional. Rouge Papier –que también pertenece al Grupo CS– es indiscutiblemente la número uno en Francia en número de asociados. Goza de un buen crecimiento y es capaz de captar clientes de enseñas competidoras, lo que nos permite sentirnos satisfechos con su evolución después de 2015. Además, allí tenemos una segunda marca desde 2019, que se llama HYPERBURO, grandes centros de distribución de entre 400 y 800 m².

En España lanzamos Rouge Papier porque era un proyecto que se ajustaba a lo que demandaban nuestros clientes, pero en el momento en que surgió la oportunidad de comprar Carlin, la primera enseña en España, decidimos aprovechar la fuerza de esa marca para suplir a Rouge Papier.

BLOCK. *¿Implantarán Carlin en otros mercados?*

En estos momentos no es nuestra intención. Ahora mismo lo que queremos es que el franquiciado Carlin vea que existe un retorno cada vez mayor por el pago de sus cotizaciones mensuales. Así que, nosotros estamos aquí para ayudar a nuestros clientes Carlin a vender más, y con mejores márgenes y, en definitiva, dotarles de las herramientas necesarias para competir mejor en un sector y en una coyuntura económica difícil.

«LOS CARLIN SE BENEFICIARÁN DE TODOS LOS SERVICIOS DE COMERCIAL DEL SUR»

BLOCK. *¿Mantendrán las mismas condiciones Carlin?*

Lo que estamos haciendo ahora es mejorarlas en todos los ámbitos. Todavía no puedo decir en qué, pero obviamente no venimos para mantener lo mismo que había, sino para aportar valor a los asociados.

BLOCK. *¿Algún dato sobre la compra de Carlin?*

¡ja, ja, ja! No. Tu obligación es preguntar y la mía no revelarlo.

BLOCK. *No negará que introducen un proceso de concentración muy potente...*

No es exacto. Debemos estar siempre muy pendientes de las tendencias del mercado y dar respuesta a las demandas de los clientes. Obviamente, en España hay todavía muchos independientes, y merecen nuestra atención al igual que los que se quieren franquiciar. Nuestra obligación es adaptarnos a todos ellos. De ninguna manera queremos concentrar e imponer un único modelo de distribución en el sector.

BLOCK. *Se ha tenido la imagen de que CS centraba sus operaciones en el sur de España, pero con Carlin llegarán a toda la geografía nacional...*

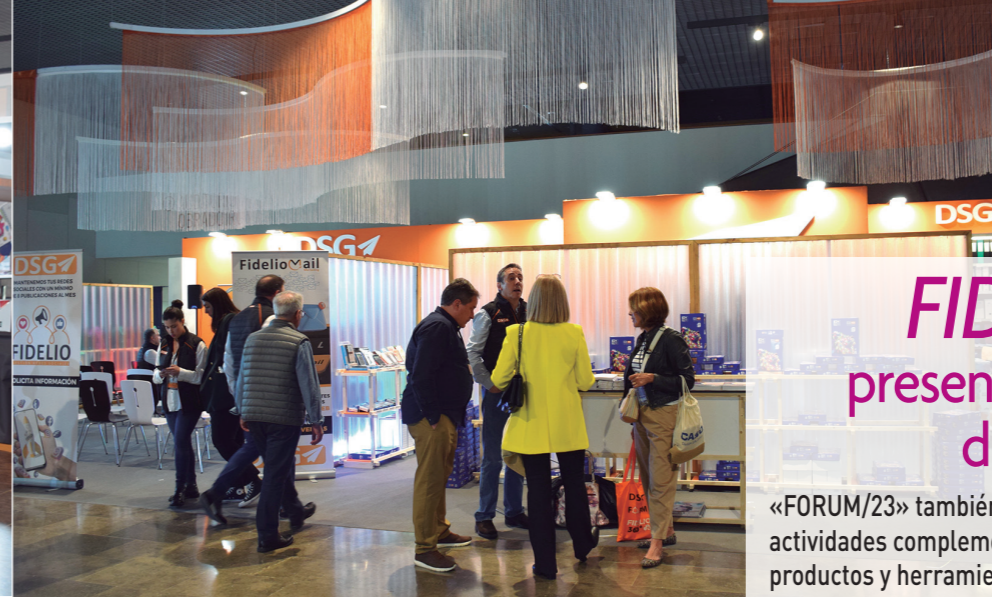
Quien tenga esta concepción se ha perdido al menos los últimos 20 años del sector en España. Ya en 2002 inauguramos el almacén logístico más avanzado de nuestra actividad en territorio nacional. Desde nuestros centros logísticos, dos en España y dos en Francia, damos servicio en 24 horas a tres países. El almacén de Guadalajara, que sirve al centro y norte peninsulares, registra desde hace años una mayor actividad que el de Málaga.

BLOCK. *¿Algún proyecto más para este año?*

Claro, nosotros no paramos. Por citar un ejemplo diré que durante la feria hemos presentado proyectos de IA (Inteligencia Artificial) que pueden ayudar ya a nuestros clientes. Uno de los destacados, por ejemplo, va dirigido a mejorar el posicionamiento de sus páginas web.

BLOCK. *Muchas gracias por atendernos*

No, no. Más bien agradecer a vuestra revista el interés mostrado en este evento, y su labor en la difusión de las noticias del sector desde hace muchos años.



FORUM/23: intensas jornadas de trabajo, con buenos contactos y muchos pedidos

...La feria del Grupo Distrisantiago (DSG) contó con un mayor número de expositores, productos y visitantes que en su edición del año pasado. El gran incentivo para las marcas es que en ella pueden mostrar todas las novedades de sus catálogos, sin restricciones, y este año ha sido muy fructífero en ese sentido. Así que los visitantes tuvieron mucho por descubrir.

«Forum/23»: Irrenunciable para el sector, en Santiago de Compostela

El trato personal y la cercanía han sido valores cultivados por esta feria desde su primera edición, allá por 2018. "Son conceptos que siguen representando la parte sustancial de DSG", diría Alejandro Rey Couso (Dtor. de Marketing y Desarrollo Comercial de DSG).

La ilusión y el esfuerzo del distribuidor, y de las numerosas marcas –hay que destacarlo–, convocaron a más de 2.000 profesionales del sector en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Galicia, en Santiago de Compostela, del 28 al 30 de abril.



Tres intensos días para "vitaminar" a fabricantes y minoristas especializados

El evento discurrió, en conjunto, "con los stand muy animados". Incluso el primer día, dedicado sobre todo a clientes acompañados por los respectivos asesores comerciales de DSG, sorprendió gratamente la asistencia y calidad de los contactos, por el buen número de pedidos que ya empezaron a formalizarse cara a la campaña "VAC 2023".

La segunda jornada, en sábado, superó netamente a la anterior, con una asistencia mayúscula. Constantes visitas de los profesionales a los stands, para inspirarse con las novedades en diseños, tendencias en la fabricación de los productos escolares, o de papelería general y oficina. Como en ediciones anteriores, fueron muchos los expositores que ofrecieron promociones y condiciones ventajosas a los pedidos en feria, e incluso alguno llamó la atención con sorteos extraordinarios entre los visitantes.

Satisfacción completa

"Estamos más que satisfechos. ¡¡Pero que muuuy... satisfechos!! Tanto, que quiero dar las gracias a proveedores y clientes por el éxito de este fin de semana de la papelería, en Santiago de Compostela", declararía entusiasmado A. Rey.

Y como colofón de novedades, durante la cena de inauguración de la feria fue presentado un proyecto de Asociación para el sector. A grandes líneas, sólo para calibrar el grado de apoyo de una idea que irá desarrollándose en los próximos meses.



Como ya es costumbre, la cena de inauguración reunió a todas las empresas expositoras.

FIDELIO 360º presentación en exclusiva durante la feria

«FORUM/23» también dio cabida –como todos los años– a actividades complementarias de información y formación sobre los productos y herramientas de DSG, en especial sobre las tecnologías al servicio de sus clientes. Realizadas en el espacio expositor propio del mayorista, en esta ocasión tuvieron como protagonista el nuevo software de venta y gestión FIDELIO 360º.



Además de las herramientas de venta on-line, Tienda Virtual personalizada, posibilidad de crear sus catálogos o folletos propios o del Servicio de Integración de Datos FidelioB2I, que ya utilizan todos sus clientes, DSG presentó **FIDELIO 360º**, una novedosa herramienta de gestión, totalmente adaptada al pequeño comercio de papelería, que además cuenta con una interesante funcionalidad de IA (Inteligencia Artificial): este módulo permitirá explorar, conocer, informar y asesorar al comercio sobre sus compradores, según el tipo y las características relacionadas con su demanda de determinados productos.



DETALLES DEL VARIADO ESCAPARATE DEL «FORUM/23»

+160 EXPOSITORES

El capítulo de expositores y marcas mantuvo la presencia de las más destacadas, tanto nacionales como internacionales. Todas con productos muy atractivos para un mercado que apuesta cada vez más por la sostenibilidad. A destacar también un buen número de promociones, ofertas especiales, premios, sorteos y regalos que animaron a los visitantes.

• **FILA** atrajo la atención sobre sus expositores de las marcas Giotto, Giotto be-bè y Canson, ideales para las tiendas, además de ejemplos de sus marcas Lyra, Daler & Rowney. • **Tesa** promocionó las nuevas cintas fabricadas a partir de botellas de plástico recicladas, y pegamentos para todo tipo de usos. Como marca, patrocinó el sorteo de una bicicleta eléctrica plegable entre los visitantes. • **Piqueras y Crespo** también regaló por sorteo una de sus sillas de alta gama,

especial para gamers. • **Staedtler** creó un espacio especial para sus lápices Noris, fabricados con madera suprarreciclada, y promocionó su próxima novedad en rotuladores con tinta especial Pigment Arts. • **DOHE** regaló una bolsa promocional con bonitos productos de su catálogo para niños, y presentó sus nuevas licencias Betty Boop, Pink Panther, Nasa y WWF. • **Newell Brands** destacó sus nuevos grips con tinta gel ergonómicos y marcadores permanentes Sharpie, y su nueva

etiquetadora portable Letratag 200B DYMO con producto promocional para el comercio incluido (set de velas perfumadas) • **Grafoplas** presentó Uninature, nueva colección de su marca Unipapel, con componentes 100% reciclados. • **Tombow**

obsequió a sus visitantes con marcadores de páginas con diseños lettering, dibujados sobre el terreno utilizando sus marcadores especiales. • **Pilot** presentó su nuevo bolígrafo de tinta borrable FRIXION, protagonista de una nueva campaña publicitaria. • **Jovi** expuso sus nuevos sets temáticos, incluidos los recientes Crazy Cars. • **CYP** mostró sus mochilas de las licencias más destacadas del momento, y lápices de colores Play-Doh, fabricados con madera de cedro. • **Fellowes** ofreció sus soluciones ergonómicas, que ayudan a trabajar de manera más saludable y productiva. • **Loan** promocionó sus talonarios preimpresos, de albaranes, de facturas y, además, sorteó tres regalos.

...SIN OLVIDAR, ADEMÁS A...

Carioca, Oxford, PlayColor, Navigator, Novus-Dahle, Avery, Imedio, Poessa, ColorLine, Yosan, Sadipal, Fisico y Político, Lamela, Rubio, Finocam, 3M, Safescan, Safta, Pardo, ACCO Brands, Miquelrius, Stabilo, Milan, ManolitoBooks, Pritt, edding, PACSA, Faibo, Uniball, Archivo 2000, Alpino, BIC, Pelikan, Exacompta, Plico, Casio, Carchivo, Rapesco, SoluzionDigital, Maped, Groovy, Viquel, Forofis, Centrum, Mariola... y un largo etcétera... TODOS inyectando dinamismo para el próximo «FORUM/24».



ALEJANDRO REY COUSO DIR. DE MARKETING Y DESARROLLO COMERCIAL DE DSG

«FORUM/23»

“Hemos aprovechado esta feria para presentar una herramienta superinteresante: un RP (Programa de Gestión) adaptado a las necesidades de las pequeñas papelerías”.



BLOCK. ¿Han cumplido su previsión de asistencia?

Alejandro Rey. Desde luego. Sólo el sábado registramos más de 1.600 visitantes. Hemos conseguido un récord absoluto este año, con más inscripciones que nunca. Nos llama la atención el que también se hayan puesto en contacto con nosotros fabricantes con los que no trabajamos, como algunos de juguetes y de tecnología. Este año están interesados en venir como visitantes, para presentarnos su catálogo y ver si hay fecha y espacio para 2024. También tengo que admitir que se ha quedado fuera algún expositor, porque estos recintos feriales no son infinitos.

BLOCK. ¿Cómo va el año para un mayorista como DSG?

.. Bien. Muy bueno el primer trimestre, aunque ya se ha notado cierto parón en abril, no sabemos si por la situación económica, que parece que apenas se nota en la calle, pero sí en los negocios. En cuanto a los resultados del FORUM/23, aún necesitamos realizar un balance en profundidad, habida cuenta de que el año pasado se celebró bastante antes.

BLOCK. ¿Son estas fechas las más favorables?

.. Creo que sí. Y un poco por la empatía de los expositores y visitantes, no sólo por el interés de DSG. La gente de nuestro sector espera ahora un poco más para comprar, por el temor al estocaje; piensa que para eso ya está el mayorista. Algún año hemos tenido la impresión de que hacíamos la feria de manera casi precipitada, y los distribuidores reclamaban después más presentaciones. Además, las multinacionales no tenían aún la campaña “VAC” perfectamente definida en sus planteamientos. Así que me parece un sinsentido hacerla mucho antes para algo que se va a entregar al consumidor en septiembre.

BLOCK. ¿Han encontrado reticencias en algún expositor o cliente?

.. No. Alguno me ha preguntado por el tema de las fechas, pero la mayoría está de acuerdo. Y no hay que olvidar el tema de la financiación de la campaña “VAC”, que cada vez se utiliza menos. La gente prefiere gastar poco a poco.

BLOCK. Eso quiere decir que el sector está bastante saneado...

.. Sí. Hubo una criba importante en 2007-2008. Como es lógico en un sector tan maduro, siempre hay quien piensa en el cierre, pero suelen ser empresas familiares y por jubilación. Al final, el trozo de tarta se va redistribuyendo, y en ese sentido veo un sector sano.

BLOCK. ¿Les puede afectar el proceso de concentración del sector?

.. Me parece que no. Me preocupa lo que hacemos, no lo que hacen los demás, y nosotros seguimos bien. Estamos en toda España, aunque la zona que tenemos un poco más “oscura”, y estamos tratando de atenderla bien, es Andalucía. Es una zona compleja para nosotros por el tipo de producto que se demanda más, o porque se valora mucho más el precio. Al ser un mayorista básicamente de marcas líderes, los precios son importantes. Seguirá habiendo procesos de concentración, pero también creo que hay fabricantes que se van a ir retirando un poco, y confiando sus ventas a los mayoristas.

BLOCK. ¿Alguna novedad DSG en la feria?

.. Pues sí. En DSG tenemos obsesión por la protección dentro del canal y por tratar de

ayudar a dinamizar las pequeñas papelerías, entre otras cosas porque nos va la vida en ello, así que hemos presentado **Fidelio 360°**, un nuevo RP (Programa de Gestión) adaptado a las necesidades de esos comercios. No requiere prácticamente conocimientos de informática, y se facilita ya funcionando. Tiene CRM, módulo de almacén, web ya incorporada en la del cliente y, además, un servicio Data Bank con datos con todos nuestros productos.

BLOCK. ¿De compra, o de suscripción?

.. Hay que suscribirse, pero las cuotas serán muy, muy reducidas. Es un desarrollo de AXOS, que también puede gestionar el Kit digital.

Apostaremos fuerte por esta herramienta, de la que incluso ya está empezando a funcionar un módulo –NOUS– que es una IA (Inteligencia Artificial) para conocer datos de la demanda, y orientar al cliente sobre cómo gestionar su stock. Es muy interesante.

BLOCK. En la cena de expositores se presentó la idea de una Asociación profesional...

.. La idea ha partido de varios fabricantes del sector, pero hay bastantes personas que vemos la necesidad de colaborar y asociarse, seamos o no competidores. Somos compañeros en un mismo sector, y estamos obligados a colaborar lo máximo posible, para tener un foro de networking, tocar temas de información, ser un poco lobby a la hora de tratar con la Administración temas como el IVA reducido para los materiales escolares... Podríamos ponernos de acuerdo por el bien de nuestras empresas, que al final será el bien de nuestro país”.

“EN EQUIPO, MÁS Y MEJOR”



DOS OFFICE GROUP: Celebró su “IV Convención Nacional”, tras la reciente compra de la marca OfiExperts

El mayor Grupo de distribuidores independientes de material de oficina y papelería de España celebró su “IV Convención Nacional”, en el Hotel Madrid Chamartín, el 11-12 de mayo. Aplazada desde 2020 a causa de la pandemia, los asociados tuvieron al fin la oportunidad de conocer y discutir el balance oficial de la actividad del Grupo en estos últimos años. Como en anteriores ediciones, el encuentro contó también con un espacio para su propia feria de proveedores.

La “IV Convención Nacional de DOS Office Group” tuvo una parte informativa, en la primera jornada, sobre la actividad del último año –con bienvenida especial a los nuevos socios procedentes de OfiExperts–, y un apartado especial, en la segunda, dedicado a web, RR.SS. y, sobre todo, a la implantación del sistema de comunicación interna Corenet. Un software introducido desde OfiExpert, y ahora disponible para todos los miembros del Grupo DOS Office.

ALGUNOS DATOS SOBRE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

Según una encuesta realizada entre los asociados (actualmente 64), con un nivel de respuesta del 92%, el volumen de ventas anual del Grupo alcanza ya 68,7 millones de euros (más de 74,5 millones si se realiza una proyección sobre el total de miembros). De estas cifras, 22,4 millones corresponderían a compras gestionadas dentro de los acuerdos del Grupo. La mayor parte de las ventas las concentra el material de oficina (48%), seguido del papel (14%) y los consumibles (14%).

Para un 80% de los asociados, el principal instrumento de ventas son sus propios comerciales, muy lejos de la venta web (59%), tienda online (51%), RR.SS. (34%) y televenta (12%).

La estructura comercial del Grupo incluye 69 puntos de venta (18.700 m²) y 49 almacenes (31.600 m²), con 497 empleados.

ESPACIO ESPECIAL PARA LAS NOVEDADES DE LOS PROVEEDORES

Además del informe de actividad, y del dedicado a la implantación del nuevo ERP CoreNet, la Convención también tuvo en cuenta brindar un espacio para la relación comercial presencial, organizando una “miniferia” en las mismas instalaciones del hotel. Durante cuatro horas, los asociados pudieron establecer contacto con muchos de sus proveedores (37 en concreto), recorriendo sus stands-muestrario.

Y como remate a la primera jornada, una animada cena con todos los participantes en la Convención.



Luis Alayón (Pdte. DOS Office) y Julio González (Coordinador General)
“Para la supervivencia de nuestro sector es imprescindible la colaboración”

BLOCK._ ¿Cómo calificaría este acontecimiento?

JULIO GONZÁLEZ._ El gran motivo de la Convención ha sido el reencuentro. Teníamos “hambre” de volver a vernos, y compartir proyectos. Siempre hemos sido un Grupo participativo. Estos años hemos buscado las formas de encuentro que nos han permitido las tecnologías, pero no hay nada como el contacto personal.

BLOCK._ ¿Cuál es su balance de los últimos años, tan complicados?

LUIS ALAYÓN._ Efectivamente, han sido años complicados, pero creo que los hemos sorteado con habilidad. El número de asociados indica que no lo estamos haciendo mal, y que ofrecemos ventajas destacadas para los distribuidores independientes, que están tratando de defender sus márgenes y rentabilidad.

BLOCK._ A grandes rasgos, ¿qué líneas de actuación se han propuesto para lo que resta de 2023?

._ El resto del año lo queremos dedicar a articular adecuadamente las herramientas tecnológicas, y actualizar los datos de los productos de marca Ofiexperts, con el fin de tomar decisiones sobre la misma y su convivencia con la marca Mattio, que es la del Grupo estos años.

BLOCK._ Un punto importante de la Convención ha sido el acuerdo de compra alcanzado con OfiExperts...

._ Lógicamente, era obligado presentar el acuerdo de compra de los dos principales activos de OfiExperts, y las estrategias a seguir. Ha sido importante conocernos, reencontrarnos y poner en común las inquietudes para desarrollar proyectos comunes.

JULIO GONZÁLEZ._ Es algo muy coherente con la filosofía que dio origen a DOS Office, cuyo principio fundamental es sumar iniciativas, ideas... Somos un sector muy fragmentado, y estamos llegando tarde al movimiento de alianzas.

BLOCK._ ¿Se enmarca en la línea de concentración que apunta el sector en España?

LUIS ALAYÓN._ Creemos que sí. Al menos esa es nuestra intención. El movimiento de concentración está comenzando. Es inevitable, porque el mercado necesita empresas distribuidoras más fuertes. Y queremos estar en primera línea de ese movimiento.

BLOCK._ ¿Qué beneficios esperan de la compra de la marca Ofiexperts?

._ Por lo pronto, ya se ha producido la entrada de varios de sus miembros en DOS Office. Son empresas con una mayor sensibilidad a la marca propia, y eso nos llevó a hacer una oferta por su marca. Sería una lástima que se perdiera el trabajo de tantos años. Esto no supone una variación de nuestra filosofía, sino una reafirmación en la misma, pero sí supone la incorporación de nuevas sensibilidades.

BLOCK._ ¿Tienen previsto introducir cambios organizativos?

JULIO GONZÁLEZ._ En el afán por prestar a los asociados los mejores servicios, hay dos caminos: aumentar la estructura o invertir en herramientas de gestión eficaces. Nos parece que la mejor opción es la segunda, y por ese camino vamos a ir.

BLOCK._ La compra de OfiExperts habrá conllevado un reto desde el punto de vista de sus herramientas tecnológicas...

._ Estamos en pleno proceso de desarrollo tecnológico. Con la marca hemos adquirido desarrollos informáticos de comunicación interna, que estamos actualizando y poniendo en marcha. Será un elemento importante de consolidación grupal.

BLOCK._ ¿Algún otro aspecto que deseen destacar?

._ Que seguiremos con nuestro afán por alcanzar acuerdos de colaboración en el sector. Acuerdos que contribuyan a su articulación, concentración y modernización.

37 proveedores mostraron sus productos a los asociados del Grupo.

La Feria de Proveedores, en uno de los salones del hotel, fue punto de encuentro entre asociados y marcas.





Xavier Marín (General Manager COLOP España).

COLOP ESPAÑA

Diez años desarrollando el mercado español del marcaje

El Grupo COLOP, con sede matriz en Wels (Austria), ofrece artículos de marcaje para múltiples aplicaciones. Opera con compañías afiliadas en todo el mundo, entre ellas COLOP España, que este año celebra su “X Aniversario”, con un balance muy positivo.

XAVIER MARÍN (General Manager COLOP España) atribuye gran parte del éxito en España a la “constante inversión de nuestra central en Austria en el desarrollo de nuevos productos, lo que nos ha llevado a ser pioneros en un sector desconocido en nuestro mercado: el marcaje electrónico. Los premios internacionales al desarrollo, novedad y creatividad nos hacen afrontar el futuro con más ilusión, y a crecer año tras año tanto en facturación, como en número de clientes”.

«LÍDERES EN VENTAS DE SELLOS AUTOMÁTICOS»

BLOCK._ COLOP España cumple diez años como filial del Grupo COLOP.

¿Cómo era la presencia de la marca en España, antes de esa fecha?

XAVIER MARÍN._ Hasta principios de 2013, la marca estaba representada en España por Contimark, una distribuidora privada que durante décadas trabajó por y para ella en nuestro país.

BLOCK._ ¿Cuál ha sido su evolución desde entonces?

._ Pese a que el inicio fue complejo, como nueva compañía, gestionada por una Gerencia sin experiencia en el sector, contamos con la mayoría de los trabajadores de la desaparecida sociedad Contimark. Esto nos ayudó a superar las dificultades y a llevar a cabo una transición complicada.

Durante los años siguientes logramos establecernos de nuevo y recuperar muchos de los clientes perdidos en dicha transición, y a día de hoy contamos con una cartera de más de 800 clientes en toda España, ofreciendo productos de primera calidad, fabricados 100% en Europa y con un servicio de entrega en 24 horas.

Cabe destacar nuestros proyectos de I+D, donde debemos sumar también la rápida adaptación a las nuevas tecnologías. Desde hace más de 5 años ofrecemos la posibilidad a nuestros clientes de trabajar a través de nuestra Intranet, teniendo así información en tiempo real de nuestro stock. Los pedidos que se generan por este medio entran directamente en nuestro



Instalaciones de COLOP España en Cornellá de Llobregat (Barcelona).

sistema, y a través de nuestro almacén robotizado podemos hacer entregas en 24 horas.

También ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de integrar nuestro componedor de sellos en su propia tienda on-line, o incluso, si no disponen de ella, les ofrecemos nuestra e-commerce especializada.

En un mundo tan cambiante, en el que la tecnología avanza a pasos agigantados, tenemos que permanecer al lado de los clientes y poder ayudar, en la medida de lo posible, a quienes lo necesitan.

BLOCK._ ¿Qué tipo de productos ofrecen en su catálogo? ¿Cuáles son los más demandados?

._ Ofrecemos todo tipo de artículos de marcaje, tintas y material para la fabricación de sellos. Lo más demandado son nuestros sellos de entintaje automático, en los que somos líderes de ventas en el mercado español, con más de 300.000 unid. anuales.

BLOCK._ ¿Son artículos adecuados para el gran público, o sólo para canales especializados?

._ COLOP es una de las marcas más apreciadas por el sector papelerero, por su diseño, calidad y margen comercial para el revendedor. Se encuentra en los principales catálogos mayoristas y de Grupos de compras. La política de compatibilidad de consumibles en diferentes modelos hace que sea única en el mundo. El consumidor exigente compra este producto frente a otras marcas que ofrecen otros de menor calidad, y sin consumibles de recambio.

BLOCK._ Su impresora “COLOP e-mark go” fue premiada en los “Creative Impulse Awards”...

._ COLOP creó en 2019 el **e-mark**, una mini impresora con unas prestaciones muy altas que permitían tener cualquier sello, numerador, fechador, horario, etc., en una sola máquina y a todo color. Más adelante, viendo que había una gran demanda en el sector de las manualidades, desarrollamos el **e-mark go**, con un nuevo diseño más



compacto y un software más intuitivo para que pudiera usarse en cualquier móvil o tablet. La clave del éxito reside en la facilidad de su uso y en su diseño atractivo.

BLOCK._ ¿Tienen pensada alguna acción específica para conmemorar su “X Aniversario” en España?

._ Sin duda, vamos a realizar todo tipo de acciones promocionales para celebrar con nuestros clientes estos 10 años de dedicación y éxito en España.

BLOCK._ ¿Alguna de sus novedades en cuanto a productos, sobre todo pensando en la campaña de regreso a la actividad escolar y laboral?

._ Para la VAC 2023 hemos desarrollado nuevas cintas textiles termoadhesivas para marcar la ropa de los niños, a todo color, con el e-mark go.

Por otro lado, nuestra marca Mine para productos de marcaje de ropa cuenta este año con novedades que podrán verse en la mayoría de las tiendas, tanto minoristas, como grandes superficies.

BLOCK._ ¿Alguna otra consideración?

._ COLOP es una empresa que se interesa por el medio ambiente. Entre sus productos se encuentran los sellos de caucho ecológico, fabricados con materiales reciclados y biodegradables, por lo que son una alternativa sostenible a los de caucho convencionales. Además, ofrecemos una amplia gama de tintas para sellos de caucho, caracterizadas por la calidad y respeto por el medio ambiente. Nuestros productos están diseñados para reducir la huella de carbono y minimizar el impacto ambiental, y por eso que nuestra gama de sellos tradicionales son neutros en CO₂.



Alberto Pardo (Dir. Comercial Gerente de Plásticos Pardo).

PLÁSTICOS PARDO

Marca con sello de calidad en el mercado nacional de la papelería

La empresa, eminentemente familiar, fue fundada en Zarautz (Guipúzcoa) en 1957, especializada en el sector de los artículos de papelería y oficina, pero hoy su actividad abarca varias líneas de negocio: fabricación de material oficina y archivo de papelería, productos personalizados a medida y soluciones para el coleccionismo.

ALBERTO PARDO (Dir. Comercial Gerente de Plásticos Pardo) está al frente de esta compañía, que ha conseguido hacerse un hueco como contrastado referente de calidad. "Nuestros clientes valoran la excelente calidad de nuestros materiales, el diseño y detalle de los productos y el servicio personalizado que ofrecemos".

«EMPRESA FAMILIAR CON VOCACIÓN ARTESANA»

BLOCK._ ¿Qué tipo de empresa es Plásticos Pardo?

ALBERTO PARDO._ Me atrevería a decir que Plásticos Pardo es una marca referente en el mercado nacional de papelería, sinónimo de calidad y detalle. Siempre hemos puesto mucho esmero en "mimar" nuestro catálogo, y a nuestros clientes.

BLOCK._ ¿Cuándo comenzaron su actividad?

._ Somos una empresa familiar desde 1957. Comenzamos fabricando pequeñas piezas de plástico soldadas, para poco a poco extender el catálogo hacia productos de papelería, como fundas de todo tipo, archivadores y carpetas, clasificadores...

BLOCK._ Están especializados en papelería general y de oficina, pero ¿qué gamas son las más representativas de la marca?

._ Actualmente estamos en pleno proceso de ampliar nuestra oferta dentro del sector. Tradicionalmente hemos sido una marca relacionada con el archivo y suministro de oficina, pero en los últimos años hemos potenciado nuestra gama escolar con productos atractivos para las campañas de regreso a las aulas.



Instalaciones de Plásticos PARDO en Aizarnazábal (Guipúzcoa).

Llevamos también unos años con la distribución exclusiva en España de las marcas Lacor e Ibili, para desarrollar una gama Office. Destacan todo tipo de botellas termo y tupper, accesorios para take away y minielectrodomésticos. También somos distribuidores en España de la marca El Casco, conocida sobre todo por sus accesorios de escritorio de lujo.

Además de la papelería, fabricamos productos para el coleccionismo de numismática y filatelia. Más recientemente nos hemos introducido en el sector del envase, con la adquisición de la empresa Envasados Talaimendi, localizada en Orio (Guipúzcoa) y especializada en soluciones de envasado, sobre todo blisters.

BLOCK._ La campaña "VAC 2023" ya está en marcha, y casi inmediatamente comenzará la de

regreso a la actividad laboral. ¿Qué productos destacarían para ellas?

._ Nuestra mayor novedad para este curso es la colección Pastel minimal, con materiales ecológicos reciclados y agradable tacto Touch. Carpeblocks, carpetas de anillas, carpetas de solapas y gomas en cartón brillo y polipropileno, fabricados con nuestra calidad de siempre.

También presentamos novedades de la marca Ibili: botellas termo eco "Hydrate and reuse", en colores pastel y tacto Touch; botellas para los más pequeños, y vasos térmicos de doble pared.

BLOCK._ En su Catálogo General incluyen también una gama de artículos para coleccionistas...

._ Así es. En esta gama presentamos la nueva funda 2023 y nuevos álbumes artesanales para guardar monedas. Con un diseño clásico y lomos que imitan la madera.

BLOCK._ ¿Cómo se está desarrollando este año para su empresa?

._ Este año lo afrontamos con ilusión. Somos conscientes de que tenemos que adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes ante las complejidades de nuestro sector, golpeado por la pandemia, el teletrabajo y la transformación digital. Empezamos con la campaña "VAC 2023", e iremos encadenando diferentes campañas más adelante.

BLOCK._ ¿Desea añadir algún otro aspecto?

._ Destacar que este año 2023 es importante para consolidarnos en nuestras nuevas instalaciones industriales. Hemos realizado un importante esfuerzo económico invirtiendo en nueva maquinaria y en un nuevo almacén, pero confiamos en que todo ello nos permitirá mejorar mucho nuestro servicio y atención al cliente. 📝





Antonio Gayo (Presidente de Serviempresa) y Dely Fenoy (Directora General de Serviempresa).

“Pioneros con servicio logístico interno, y con máxima transparencia en la gestión, somos el único Grupo que devuelve el 100% de los retornos a sus asociados”.

Marcas propias



Papel multifunción de gran calidad y blancura. Bonova, además de asegurar la sostenibilidad forestal, es el primer papel solidario que aporta el 0,7% a proyectos sociales y humanitarios.

>> www.papelbonova.com



Artículos de papelería. Dequa es una gama de artículos de uso multidisciplinar que ofrecen la mejor relación calidad/precio.

>> www.productosdequa.com

Grupo Serviempresa: Desde 1996 avanzando en el sector de suministros de oficina y centros de enseñanza

BLOCK._ En primer lugar, es un placer tener la ocasión de hacerles esta entrevista. ¿Qué ha cambiado en Serviempresa en los últimos tiempos?

ANTONIO GAYO._ Han sido unos años en los que hemos estado trabajando mucho internamente, y con poca comunicación externa. La economía ya empezó a cambiar antes del Covid, y necesitábamos desarrollar una estrategia para afrontar el futuro del suministro de oficina en España. Los avances tecnológicos, en general, y los cambios de hábitos en los consumidores de este tipo de productos, hacían muy necesario buscar nuevas alternativas que permitiesen a los asociados de Serviempresa incrementar su competitividad y seguir creciendo en el mercado español. Hoy, muchos de los proyectos definidos ya están en marcha, y es ahora cuando queremos comunicarlos al mercado.

BLOCK._ Serviempresa es ampliamente conocida en el sector, pero quizás ayude a nuestros lectores recordar su historia

DELY FENOY._ Serviempresa nació en 1996, y el motivo que nos unió fue disponer de un catálogo común que derivó en una negociación conjunta con proveedores. Hoy nuestra oferta es mucho más amplia y adaptada a las nuevas necesidades de los suministradores de oficina y centros de enseñanza, poniendo a disposición de nuestros asociados herramientas de marketing tanto impresas como digitales, marca propia, bases de datos, coordinación IT,

formación y ahora también facilidades logísticas muy interesantes, que nos diferencian como una alternativa única en España. Nuestros servicios y porfolio han evolucionado mucho, pero seguimos manteniendo nuestra identidad y diferenciación en la gestión más transparente que existe, y el mejor ejemplo es que somos el único Grupo que devuelve el 100% de los retornos a sus asociados.

“Desde nuestro almacén logístico asociado, ofrecemos más de 6.000 referencias en stock, agrupación de pedidos a proveedores y dropshipping”.

BLOCK._ ¿Qué opinan de los últimos movimientos en nuestro sector?

A. G._ Los fabricantes siguen la evolución lógica de agrupamiento de empresas y diversificación de producto que se inició hace unos 10 años. En la distribución se ha dado un fuerte movimiento en el último año, con la compra de Carlin por parte de Comercial del Sur. Que una empresa ofrezca servicios a competidores de una misma zona hace de difícil comprensión los conceptos de diferenciación. De todas formas, no es el único caso. Los distribuidores están reaccionando al respecto, de forma generalizada.

BLOCK._ En el caso de Serviempresa, ¿qué cambios se han producido?

A. G._ Una estrategia no se puede improvisar, y hace unos años decidimos apostar fuertemente por la logística, manteniendo firme la cohesión de nuestros asociados, los servicios de marketing, la formación y el desarrollo IT para las comunicaciones del Grupo. Hoy podemos ofrecer, desde nuestro almacén logístico asociado, más de 6.000 referencias en stock, agrupación

de pedidos a proveedores y dropshipping. Este sistema de Grupo que combina nuestros servicios y la logística es pionero en España.

D. F._ Además, hemos iniciado la transformación digital que toda empresa necesita, y reforzado nuestra marca propia Dequa con más producto y fabricantes de importación directa que mejoran ampliamente nuestros costes. Ambas tácticas permiten diferenciar a Serviempresa, mejorando la competitividad de nuestros asociados frente a otras ofertas en el sector.

BLOCK._ ¿Qué significa el concepto “cohesión” de sus asociados?

A. G._ Es simple, y para nuestra organización un pilar fundamental: los asociados de Serviempresa participan y deciden. Son quienes aceptan los presupuestos de la empresa y participan junto con el equipo de la central en la selección de productos y proveedores. Compartir la información entre todos facilita la evolución de cada uno de los componentes. Y si cada componente crece, Serviempresa crece. Son conceptos de colaboración diferenciales respecto a los clásicos de mayorista o Grupo de compras.

BLOCK._ ¿Y sobre el futuro de Serviempresa?

D. F._ A corto plazo, nos seguimos expansionando en número de asociados. El año pasado en Huesca y Tarragona, y este año esperamos disponer de nuevas incorporaciones. Son negociaciones a ritmo tranquilo, ya que nuestros asociados tienen un tamaño medio-alto y hay muchos factores a tener en cuenta. Nuestra visión es cubrir todo el territorio

“Serviempresa cuenta con una plataforma logística. Nuestro objetivo es hacer fácil, sencilla y eficiente la distribución para nuestros asociados”.

nacional en los próximos 3 años. El volumen nos ayudará en las condiciones de compra, pero también en la generación de nuevos servicios que permitirán seguir mejorando la competitividad de nuestros asociados.

A. G._ Al mismo tiempo de lo anterior, trabajamos en el Plan 2024-2027, y debatiremos próximamente la evolución de nuestro modelo. La planificación, profesionalidad y adaptación a los cambios se hace imprescindible para avanzar con fuerza en papelería y suministro de oficina.



Dely Fenoy (Directora General de Serviempresa) e Inés Bermejo (Directora General de HP Iberia).

Comprometidos a ser cada día más sostenibles

Hace ya más de un año publicamos nuestra primera Memoria de Sostenibilidad, y participamos como Partners estratégicos en una nueva aventura de la mano de HP en su Plan Amplify Impact. Un programa internacional para promover prácticas de negocio respetuosas con el medio ambiente, las personas y la comunidad, en el que Serviempresa se posiciona como una de las primeras empresas españolas en llevar a cabo acciones de cambio y conseguir la acreditación Changemaker.

Este año volvemos a renovar nuestro compromiso, añadiendo a nuestra memoria de sostenibilidad el cálculo de la huella de carbono de nuestros servicios centrales. Nuestra apuesta es firme y no tiene retroceso, porque Serviempresa es un Grupo comprometido.

>> www.gruposerviempresa.es

“LAS AGENDAS siguen teniendo un público entusiasta. JÓVENES Y ADULTOS que prefieren moverse con su día a día siempre a mano”



La agenda de papel sigue siendo un “hábito” tan saludable, que ya hay incluso tutoriales para regresar a ella desde la digital. Su mercado no muere. Tal vez disminuya su consumo a nivel agregado, pero los fabricantes que son capaces de ofrecer un producto atractivo, con mayor valor añadido, innovando y diferenciándose del de primer precio y del de estrictamente de oficina, siguen cosechando buenos resultados. Así lo explica ISMAEL GARCÍA (Dir. Comercial y Marketing DOHE), a quien entrevistamos en la reciente feria FORUM 2023.

BLOCK. DOHE sigue manteniendo un catálogo sólo de agendas, un producto que se diría está en declive...

ISMAEL GARCÍA. El catálogo de agendas es una parte muy importante de nuestro negocio de fabricación. De hecho siempre decimos que un buen año de agendas es un buen año para DOHE. Posiblemente esté contrayéndose el mercado de este tipo de productos, pero en nuestro caso concreto hemos sido capaces de crecer. A ello ha ayudado nuestra nueva política, desde hace dos años, de devoluciones al 100%, a la que, por otra parte, nos habíamos negado tradicionalmente. El mercado ha aceptado muy bien este cambio.

Nuestros clientes no esperan tanto la oferta de DOHE en otros productos, pero sí en las agendas, cuyo catálogo renovamos totalmente cada año. Si a esto se une la política de devoluciones que he comentado, el resultado es una sensación de tranquilidad para el cliente, que sabe que no vamos a gravar su stock.

BLOCK. ¿No es un producto peligroso, desde el punto de vista de la temporalidad?

._ Siempre decimos que la agenda es un yogur caducado en cuanto pasa su época. Un clip o un sobre se puede vender ahora, o el año que viene, pero una agenda no. En febrero ya está obsoleta, pierde su valor. De ahí que nuestros clientes la vieran con recelo, hasta que instauramos la nueva política de devoluciones.

BLOCK. ¿Sus buenos datos se refieren a todo tipo de agendas, o sólo a las escolares?

._ El crecimiento en la agenda escolar lo vemos más lento. Las cifras no nos permiten hablar de un repunte, porque cada vez se utilizan más herramientas tecnológicas en los centros escolares, muchos de los cuales fabrican además sus propias agendas.

Tenemos una gama básica, de primer precio, y otra gama asociada a nuestras colecciones escolares, a nuestras licencias. Estas segundas son de categoría Premium, con acabados de máxima calidad y complementos como pegatinas e interiores personalizados para cada licencia.

BLOCK. ¿Quiénes son los compradores de sus agendas?

._ El sector de público, más numeroso de lo que parece, al que todavía le gusta escribir, anotar e incluso decorar los momentos de su día a día, e incluso los acontecimientos y sus reflexiones sobre ellos. La agenda tiene aún una larga vida, porque es parte de un consumo que va ligado a la estética de cada uno.

Está consiguiendo asentarse como un elemento distintivo del Lifestyle personal.



- NO TÓXICO Y SIN FTALATOS
- POLIPROPILENO DE ALTA CALIDAD RESISTENTE A SU DÍA A DÍA
- SOLAPA AUTOAJUSTABLE SE ADAPTA AL ANCHO DEL LIBRO FÁCILMENTE

FORRO DE LIBRO AJUSTABLE



REF. 16955

REF. 16911

REF. 16913

REF. 16915

REF. 16914

Natural

by **rocada**

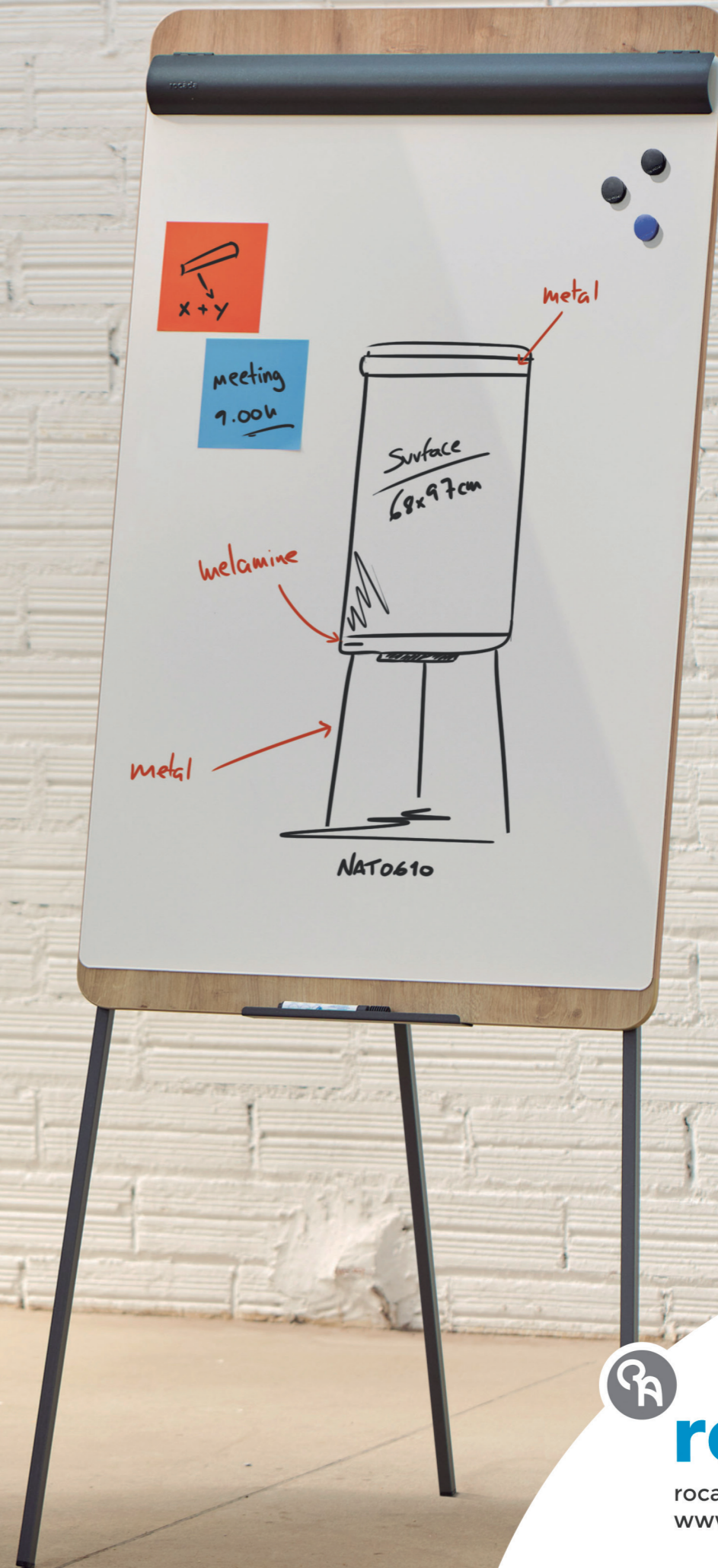


ISO 14001
BUREAU VERITAS
Certification



Las pizarras **NATURAL** combinan perfectamente con todo tipo de entornos dando un toque más moderno, más cálido y más natural a su oficina.

Formas inspiradas en la naturaleza, resultado de todos nuestros años de experiencia. Éstas son nuestras raíces:
SIMPLICIDAD Y EQUILIBRIO.



rocada

rocada@rocada.com
www.rocada.com

¡PARA COMPARTIR SIN PROBLEMAS!...

Accesorios de oficina que añaden un plus a la higiene en el trabajo «GRAPADORAS CON PROTECCIÓN ANTIBACTERIAS»

Fellowes

El 62% de los trabajadores ha manejado una grapadora "prestada" de un compañero, sin percatarse de que pueden ser un vehículo de transmisión bacteriana. Por eso, las nuevas grapadoras de Fellowes añaden la protección Microban®, que actúa de inmediato para inhibir el crecimiento microbiano incontrolado y, a largo plazo, la degradación del producto.

La grapadora que seguramente querrás pedir prestada



El 62% de los trabajadores ha tenido una grapadora "prestada" de un compañero de trabajo

Microban® es una de las marcas de la compañía estadounidense Microban International, líder mundial en aditivos antimicrobianos y soluciones para el control de olores.

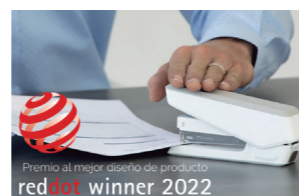


Las principales categorías de productos de FELLOWES pertenecen, sin duda, a la maquinaria de oficina, y más en concreto a las destructoras y soluciones de ergonomía para el bienestar en la oficina, pero, como explica **Carla Piedade** (Marketing Manager Spain & Portugal de Fellowes Ibérica), "esto no impide seguir descubriendo nuevos productos Fellowes. Para este 2023, por ejemplo, ampliamos nuestra gama de **Grapadoras con protección antibacteriana Microban® con 6 nuevos modelos**; la mayoría grapan con un esfuerzo mínimo, gracias a su sistema **EasyPress™**".

Eficaz contra el 99,99% de las bacterias

Incorporada durante el proceso de fabricación, la protección antimicrobiana Microban® protege el producto las 24 horas del día, todos los días del año. Cuando los microbios que causan manchas y olores entran en contacto con la superficie del producto, la protección actúa para inhibir su crecimiento incontrolado y la degradación del material, por lo que estas grapadoras Fellowes son ideales para utilizarlas en ambientes de alto contacto, en zonas de tránsito y donde la higiene es importante.

Premio reddot al mejor diseño de producto, en 2022.



Características exclusivas de Fellowes

La tecnología "sin atascos" garantiza el grapado en todo momento. Tal es el **Sistema EasyPress™**, patentado por Fellowes, que en la mayoría de los modelos posibilita unir sin esfuerzo hasta 40 páginas. Característica que, sumada a la protección Microban®, es un fuerte reclamo de calidad de la nueva gama **LX Series**.

Más y más cualidades...

- Diseño duradero y funcionamiento sin atascos.
- Visor de grapas.
- Quitagrapas extraíble (modelos LX840 y LX850).
- Separación de los documentos con facilidad.
- Guía de profundidad, para grapar siempre con perfección.
- Agarre cómodo, para un grapado suave.



Los modelos de la Serie LX



NUEVO PROYECTO DE REFORESTACIÓN Y COMPENSACIÓN DE CO₂ DESARROLLADO POR BANKERS BOX –MARCA DE FELLOWES–, EN COLABORACIÓN CON GLOBAL TREE-NATION.



BANKERS BOX lleva tiempo trabajando en colaboración con Tree-Nation en Proyectos de Reforestación Global. De hecho, ya replanta 1.000 árboles cada semana, para contribuir a la reforestación y ayudar a compensar las emisiones globales de CO₂.



Ahora, su nueva iniciativa "Planta un árbol" pretende contribuir a paliar, al mismo tiempo, problemas que sufre la población derivados de la deforestación y la desertificación, como malnutrición, escasez de alimentos o inundaciones, que engendran pobreza.

Los bosques son los "pulmones del planeta: producen oxígeno, absorben gases nocivos y capturan CO₂: aproximadamente, 33% de todo el liberado cada año por la quema de combustibles fósiles.

"Como en todo Fellowes, la empresa centenaria de la que formamos parte, en BANKERS BOX creemos y defendemos la durabilidad y la sostenibilidad, se trate de nuestros productos, o del planeta en el que habitamos. Con el apoyo de todos podemos revertir su deterioro, plantando árbol tras árbol".

CÓMO PARTICIPAR EN LA NUEVA INICIATIVA BANKERS BOX

Basta entrar en <https://apps.fellowes.com/promos/bankersbox-tree/es/>, inscribirse y rellenar unos pocos datos. En respuesta, se recibe un mail con un enlace personalizado para plantar nuestro árbol, y hacerlo con un sólo clic.

El enlace personalizado indica también el bosque exacto del mundo en el que se ha plantado nuestro árbol, con todo lujo de detalles sobre el mismo, como la especie a la que pertenece, los valores de compensación de CO₂ y otros datos relacionados.

Además, se puede ver y descargar incluso el certificado de titularidad del árbol en concreto, que podremos compartir con amigos y compañeros, y publicarlo en RR.SS.

Cuanto más productos para archivo de cartón ondulado BANKERS BOX se adquieran, más oportunidades habrá de plantar otros árboles, hasta crear un bosque propio.

Avanzando contigo

Serviempresa se integra con tu negocio, un equipo líder para competir

Negociación agrupada con proveedores, herramientas de marketing, servicios de informática, bases de datos y formación.

Pioneros con servicio logístico interno. Máxima transparencia en la gestión, único grupo que devuelve el 100% de los retornos a sus asociados.



Facilidades logísticas y de servicio -Stock, agrupación y dropshipping-



Los asociados de Serviempresa participan y deciden.



Potencia tu marca como una gran empresa.

Te explicamos mucho más

llama al 96 352 77 30 o contacta en grupo@serviempresa.com



Ceras JUMBO, en botes de 60 unid. y sacapuntas.



JOVI COMPLETA SU GAMA ESCOLAR CON LA LÍNEA “MULTICULTURAL”: CERAS Y TÉMPERAS PAINT

... La línea “MULTICULTURAL”, pensada para niñas de 4-7 años, y diseñada para los canales escolar y detallista, propone ahora dos nuevos materiales: ceras y témperas paint. JOVI los ha hecho llegar a las maestras suscritas a su newsletter y a sus seguidores en RR.SS., y ha puesto además en marcha un concurso de manualidades escolares con el mismo nombre que espera la participación de los centros educativos de todo el país.

En los últimos años, JOVI ha ampliado su catálogo y ha presentado novedades que han sido bien recibidas por el mercado. Más en concreto, en 2021 presentó una nueva gama de su icónica plastilina, con el nombre de **MULTICULTURAL Colors**, compuesta por 6 colores que simulan los tonos de la piel. Una idea que el canal escolar acogió tanto en el mercado nacional como internacional, y que mantiene su atractivo.

El producto recibió el premio “Mejor Juguete Para Un Mundo Mejor 2021”, otorgado por la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes.



NUEVAS PRESENTACIONES “MULTICULTURAL”...

- Formato **PLASTILINA**, en **Blíster con barritas** de 15 gr, o en **Pastillas** de 50 gr, en bandeja de 6 unid. o bien en expositor de 18 unid.
- Formato **TÉMPERA**, en **Botellas** de 250 ml.
- Formato **CERAS JUMBO**, en botes de 60 unid. que incluyen sacapuntas.

Ambas presentaciones –témperas y ceras– pensadas, sobre todo, para el canal escolar.



Blíster con barritas de 15 gr.



Témperas en botellas de 250 ml.

La gama MULTICULTURAL resulta muy interesante para maestras que quieran trabajar la diversidad en el aula y profundizar en aspectos como la diversidad a través de las artes plásticas, o valores como la empatía, la honestidad y el respeto hacia los demás.

JOVI ha creado también un **cuaderno de actividades artísticas** de uso en el aula, acorde con las competencias clave definidas por la LOMLOE –a partir de la Recomendación del Consejo de la Unión Europea para Educación Infantil y Primaria–, como la competencia ciudadana, la competencia en conciencia y expresión culturales, la competencia personal, social y de aprender a aprender.



Pastillas de 50 gr, en bandeja de 6 unid. o bien en expositor de 18 unid.



LA AMPLIACIÓN DE LA GAMA MULTICULTURAL LLEGA ADAPTÁNDOSE A LA DEMANDA DE ARTÍCULOS ESCOLARES MÁS ACTUALES, CONSCIENTES Y FAVORABLES CON LA DIVERSIDAD, Y SE SUMA A LAS MUCHAS INNOVACIONES DE JOVI, COMO EL LANZAMIENTO DE LA CATEGORÍA TECH, O EL PROYECTO ESCOLAR ART2BIT, DE PROGRAMACIÓN A TRAVÉS DE LAS ARTES PLÁSTICAS.

liderpape

ESTRÉNALOS UN DÍA, DISFRÚTALOS TODO EL AÑO





NOVEDADES FILA: la creatividad en el foco de la campaña "VAC 2023"

Después de más de un siglo en el mercado, la marca italiana sigue apostando por enriquecer la vida de las personas a través del pensamiento creativo y artístico. Su oferta para la próxima campaña "VAC 2023" lo confirma por todo lo alto.

LO INDISPENSABLE...

"La gran experiencia de Fila en el mercado hace que conozca al detalle lo que necesita un estudiante cada día, y en cada etapa escolar", asegura **Laia Sabaté** (Product Manager School Products). "Es por ello que hemos diseñado los lotes VAC, una única caja que contiene los productos indispensables de la marca, con un regalo seguro para el papelerero".

Este año, además del **Lote Giotto** (con un fantástico regalo incluido en la propia caja), también lanzan el **Lote Giotto be-bè**, con los productos ideales para los más pequeños, y el **Lote Graduate**, que contiene todos los productos imprescindibles para todo joven artista (ambos lotes llevan también un fantástico regalo incluido).

NUEVOS EXPOSITORES DE PIE

FILA anima la campaña con dos nuevos displays de Giotto y Giotto be-bè, perfectos para el punto de venta, por su resistencia y con un diseño llamativo que atraerá la atención de cualquiera que entre en el comercio en busca de lo básico para la "Vuelta al Cole". Contienen los productos básicos de cada una de las marcas, sin olvidarse de incluir un regalo seguro para el papelerero.

CANSON BASIK RENUEVA SU IMAGEN

Los clásicos álbumes **Canson Basik**, muy apreciados por la calidad de su papel, para diferentes técnicas y en distintos formatos, cambian ahora su imagen.

Las nuevas portadas destacan por presentar un diseño más moderno, juvenil y llamativo, pero sin olvidar la clásica



LOTE GIOTTO BE-BÈ, LOTE GIOTTO y LOTE GRADUATE.



NUEVOS EXPOSITORES GIOTTO y GIOTTO BE-BÈ, perfectos para el punto de venta por su resistencia y con un diseño llamativo.



paleta de color por técnica, que permite identificar rápidamente el producto buscado. Además, se han indicado más claramente las características principales de cada papel, a fin de facilitar la decisión de compra.



ÁLBUMES CANSON BASIK, con nuevas portadas.



Más información: www.filaiberia.es y en Facebook (<https://facebook.com/filaiberia.es>) e Instagram (@giottospain).

FILA MOSTRÓ SUS PROPUESTAS DE PRODUCTOS DE CREATIVIDAD EN LAS FERIAS COMERCIALES DEL SECTOR FISOP 2023 (CSP) y FORUM 2023 (DSG).



NUEVAS PROPUESTAS CYP PARA LA "VAC 2023"

JURASSIC WORLD, CRY BABIES y PIKACHU



CYP BRANDS

...El material escolar y creativo es la principal categoría en términos de cifra de negocio y de crecimiento de CYP Brands, empresa ubicada en la Sierra de Madrid que ha conseguido diferenciarse con sus licencias, aumentando el valor añadido a los productos y mejorando el estándar de calidad del mercado. Para esta campaña "VAC 2023" apuesta por "la vuelta" de importantes licencias: **Jurassic World**, los muy potentes **Bebés Llorones** y los productos renovados de la siempre de moda **Pikachu**.

MOCHILA DANGER, DE JURASSIC WORLD

Adaptable a carro, cuenta con dos amplios compartimentos principales y un bolsillo frontal de gran capacidad decorado con el logotipo de la película serigrafiado en relieve.

Sus tiradores de cuerda son de alta resistencia, y el interior se encuentra forrado completamente para reforzar su consistencia. Además, tiene dos bolsillos laterales realizados con malla de gran calidad para llevar botellas y accesorios.

Los tirantes son regulables y acolchados, al igual que su espaldera, y el asa superior está revestida con goma de gran resistencia.



NUEVA COLECCIÓN CRY BABIES (BEBÉS LLORONES)

Surtido completo de accesorios, para las diversas necesidades infantiles. La mochila de 41 cm, adaptable a trolley, está decorada con lentejuelas y una original solapa imantada en su bolsillo frontal, que permite mostrar dos diseños distintos. La mochila de 30 cm combina diversos materiales, y su bolsillo frontal, con forma de corazón, resalta por su divertido diseño, ideal para la edad preescolar.

La colección se completa con una mochila saco, y dos estuches diferentes: uno reforzado de alta capacidad, y otro triple con cinco compartimentos.



FUNDA PARA TABLET Y PORTÁTIL CON LA ESTÉTICA DE PIKACHU

Fabricada con neopreno acolchado de alta calidad. Es ideal para guardar y transportar con total seguridad dispositivos electrónicos de hasta 15 pulgadas.

Está decorada con un tirador de goma con forma de Poké Ball, y su diseño energético y luminoso la convierten en un producto ideal para los entusiastas de los Pokémon.



Las nuevas colecciones licenciadas de CYP Brands pudieron verse en la reciente feria FORUM 2023, junto a otras ya conocidas, pero que no han perdido su atractivo, y junto a una selección de las coloridas propuestas de la marca Play Doh, que distribuye el fabricante español. Productos muy utilizados por los niños para realizar proyectos de arte y manualidades.

BE DIGITAL PRINT DIFFERENT



Gama para impresión digital.

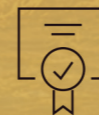
Versátiles, fiables, selectos; hay un papel digital de **Torraspapel Distribución** para cada proyecto y todos son tan excepcionales y sorprendentes como tus ideas.



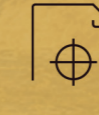
Certificados, garantizados o compatibles con todas las máquinas digitales del mercado.



Avalados con las mejores credenciales medioambientales.



Magnífica calidad de reproducción de imágenes y textos.



Espectacular rendimiento en todo tipo de técnicas y acabados.



Descubre la gama digital completa.



¡DANDO FORMA A NUEVAS IDEAS, PARA DISFRUTAR Y DIVERTIRSE!

JUGANDO A PINTAR Y COLOREAR, con CARIOCA

La marca italiana, especialista en educación infantil creativa, está diseñando nuevos productos para los niños, y simplificando la oferta para los padres que buscan los productos más novedosos y originales para que los juegos infantiles experimenten con el color.



LÁPICES SUPERCOLOR

CAJA DE 24 LÁPICES DE COLORES DE MADERA: Con cuerpo hexagonal. Sus colores son muy intensos, y proporcionan gran opacidad.



100% madera certificada FSC



Colores intensos



Alta cobertura

TIZAS MULTICOLOR ESTANDAR

CAJA DE 10 TIZAS MULTICOLORES:

Colores brillantes, lavables y fáciles de borrar. Además, no dejan trazas de polvo.



TIZAS MAXI MULTICOLOR CARIOCA BABY

CAJA DE 6 TIZAS Y CAJA CREATIVA DE 15 TIZAS CARIOCA BABY: Colores brillantes, lavables y fáciles de borrar. No dejan trazas de polvo.



Creando vínculos en las ferias del sector

“Los lápices de colorear y las tizas infantiles son un buen reclamo cuando se trata del escaparate de Vuelta al Cole. Así que siempre es interesante sorprender con novedades en este tipo de productos, y ¿dónde hacerlo mejor que en las ferias del sector?”.

Stand de CARIOCA en FISOP 2023.



Témpera Líquida



Modelo registrado

- ✓ Fórmula antigoteo
- ✓ Alta opacidad
- ✓ Secado rápido
- ✓ Colores mezclables

PLAYCOLOR®
Témpera líquida
Liquid poster paint
Gouache liquide
BASIC
250ml

ver video





tesa® pone en valor su importante surtido de cintas adhesivas, en las ferias nacionales

Entre ellas destacaría la cinta de embalaje **tesapack® eco & strong ecoLogo®**, fabricada con un 70% de polietileno (PET) obtenido a partir de material reciclado post-consumo (PCR), y con adhesivo acrílico base agua. "Los residuos PET que se utilizan en su fabricación, como botellas, por ejemplo, permiten reducir el consumo de plástico virgen".

Otra ventaja añadida es que, una vez agotado el producto, puede desecharse en el contenedor de reciclaje de papel, porque el mandril es de cartón 100% reciclado. Además, es resistente a los rayos UV. En colores transparente, marrón y verde.

Este producto llamó particularmente la atención en las



tesa en FISOP 2023 y FORUM 2023. A la izqda., Miguel Coelho Saraiva (KAM Specialized Trade Portugal, Spain & Italy tesa). A la dcha., Pablo Ruiz (Sales Representative tesa).



recientes ferias comerciales del sector, pero no fue el único de la marca: en sus stands también expuso un amplio abanico del surtido tesa® en soluciones de embalaje, y cintas adhesivas para uso doméstico y de oficina.

Manolito Books "La editorial experta en libro-juguete infantil"

Desde Castellgalí (Barcelona), ofrece nuevas ideas para dinamizar el comercio en momentos especiales: cumpleaños, vacaciones, Halloween, Navidad... Juguetes 2x1, porque siempre van acompañados de un libro de referencia.

La idea surgió en 2018. Queríamos iniciar un proyecto muy educativo, con juguetes o con libros, pero al final pensamos que lo mejor era juntar los dos conceptos, porque no hay nada más educativo", explica **JOSÉ MANUEL GONZÁLEZ** (Dir. Comercial de Manolito Books).

"Ofrecemos puzzles 3D, maquetas, un ¿quién es quién?... todo en formato libro+juego, y adaptado hasta los 16 años.



Aunque también editamos libros de divulgación para más edad, y cuentos clásicos con imágenes en corte láser.

Tenemos muy consolidadas dos líneas de producto: **Manolito**, de la marca italiana Sassi, con la que nos hemos asociado, y **Juanito**, un producto diseñado por nosotros en España. Hemos inventado y elegido juegos, seleccionado a los ilustradores..., así que su calidad es máxima. Actualmente son 16 títulos en la colección, pero a mediados de año ya los habremos duplicado. Son productos relativamente baratos –alrededor de 20 euros en el comercio–, teniendo en cuenta que se trata de un juego más un libro en su interior, para hacer el juguete más educativo".

Las propuestas del catálogo **Manolito Books** muestran todo lujo de detalles. "¡Hala, mira qué chulos!", era la reacción frecuente de quienes se acercaban al stand de la marca en el reciente FORUM 2023.



Libro + Puzzle Gigante EL UNICORNIO MÁGICO



Libro + Puzzle Gigante PIRATAS



Puzzle 3D + libro DRAGON Para niños de más de 5 años.



Juego: Set de libro + 45 tarjetas MONSTRUOS



CANSON® BASIK®

¡Calidad SUPERIOR!

El papel ideal para la escuela.

¡NUEVA IMAGEN EN TODA LA GAMA!



✓ Acuarela



✓ Dibujo



✓ Vegetal



✓ Milimetrado



✓ Dibujo lineal

Varios formatos disponibles:
Álbum espiral, Bloc encolado, Mini-pk® y Caja de Láminas



¡Está en nuestras manos!

Campaña "VAC 2023", de Staedtler: BASADA EN LA SOSTENIBILIDAD

La conocida marca de material escolar, escritura y productos creativos apuesta por el suprarreciclaje para la fabricación de sus lápices de grafito y de color. Staedtler quiere repetir los éxitos alcanzados en 2021, cuando celebró el "120 Aniversario" de la marca de su famoso lápiz **Noris 120**, de franjas amarillas y negras.

STAEDTLER lleva décadas situando la sostenibilidad en el centro de sus acciones. Uno de sus empeños fundamentales sigue siendo la gestión de las materias primas, y en los últimos años ha destacado por reutilizar virutas de madera procedentes de aserraderos u otras empresas madereras, para convertirlas en lápices de alta calidad. Es lo que se conoce como *upcycling*, o suprarreciclaje. Desde este año ha incorporado su famoso lápiz de grafito Noris al surtido de los que la marca fabrica con este método tan innovador.

Como explica **Christopher Huehn** (CEO de Staedtler Iberia), "nuestros lápices *upcycled wood* están fabricados siguiendo este proceso, que aprovecha los restos de madera. Además, utilizamos madera certificada PEFC, que procede mayormente de bosques alemanes, y fabricamos los lápices en nuestras plantas en Alemania, con lo que garantizamos rutas de transporte más cortas y eficientes".

Lápiz Noris: favorito de los profesores de primaria en España

El grado de reconocimiento de marca de los productos STAEDTLER en el entorno escolar es muy elevado. En especial el del lápiz de grafito Noris 120, que ha acompañado a generaciones de estudiantes.

"Según un estudio de mercado realizado en mayo de 2022 por la consultora Nielsen IQ, el 69% de los profesores españoles de primaria recomiendan lápices de grafito Staedtler", asegura **Mari Pau Garreta** (Directora de Marketing de Staedtler Iberia).

Campaña "VAC 2023" pensada para incidir en los consumidores más responsables

Las ventajas de la madera suprarreciclada serán destacadas en el punto de venta, con expositores y elementos decorativos que priorizan el uso de los materiales reciclados. Una vez más, se celebrará el "Concurso de escaparates" para detallistas, y el marketing digital incluirá acciones en RR.SS. para que los usuarios finales puedan ganar premios vinculados con la sostenibilidad.

Staedtler Iberia celebró su **I Convención Anual**, a principios de 2023, para poner a punto a su equipo cara a la campaña "VAC 2023". Durante la reunión se abordaron puntos clave, como planificación estratégica, capacitación del equipo de ventas y marketing, desarrollo de materiales de marketing efectivos y comunicación interna eficiente, todo ello desde la perspectiva del compromiso con el medio ambiente.

También se realizaron diversos talleres para que los participantes diseñaran con los nuevos marcadores acrílicos Lumocolor Paint Marker sus propias zapatillas con un motivo exclusivo Noris, en colaboración con Martín Redondo (@melonkicks), diseñador que customiza zapatillas deportivas para jugadores de la liga ACB de baloncesto y otros conocidos deportistas.



Mari Pau Garreta (Directora de Marketing de Staedtler Iberia) y **Christopher Huehn** (CEO de Staedtler Iberia), ante la referencia visual de su campaña "VAC 2023".

"I Convención Anual" de Staedtler Iberia



La sostenibilidad está en tus manos
Para un futuro mejor, apuesta por el **Upcycling**



Lápiz Noris® 120 – Materias primas utilizadas de forma responsable

- Respetuoso con el medio ambiente fabricado con madera suprarreciclada
- Utilizamos hasta las partes más pequeñas que se generan durante los procesos de aserrado y cepillado en la industria maderera. Gracias al "upcycling" conservamos árboles y conseguimos dar un nuevo uso a los restos de madera en forma de lápices STAEDTLER de alta calidad
- Superficie suave, antideslizante con alta resistencia a la rotura
- Contenido de madera procedente de bosques con certificación PEFC



*El 69% de los profesores de primaria recomiendan lápices de grafito STAEDTLER. Encuesta realizada a 103 profesores de primaria en Barcelona, Madrid y Sevilla (Error muestral 7,1%). Datos Nielsen (Mayo 2022)



«INSTANT/PLAYCOLOR» Nuevas ideas y ¡muchoa creatividad en las aulas!

El final llega el fin de curso, y maestros y profesores buscan formas innovadoras y creativas para cumplir con la programación didáctica, al tiempo que fomentan la motivación y la atención en clase. Lograr ese objetivo ¡es un verdadero reto! Y más cuando se acercan las vacaciones, y las ganas de acabar las clases son cada vez mayores.

PLAYCOLOR hace posible conseguir la atención y motivación de los alumnos, a través de la creatividad y de la práctica, de manera que la clase se transforme en un “laboratorio-taller” en el que la diversión, la estimulación y el aprendizaje estén garantizados.

El resultado sólo puede ser alumnos más atentos, motivados, y finalmente también un profesor más satisfecho.

Nueva campaña “VAC 2023”

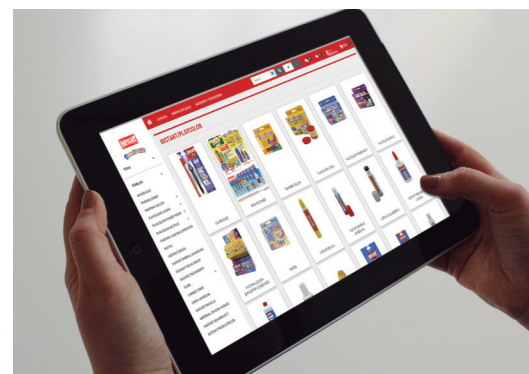
Tras el éxito de la campaña VUELTA AL COLE 2022, **PLAYCOLOR** volverá a enviar este curso escolar más de 1.500 maletines con muestras gratuitas de sus variados productos, para que los docentes puedan probarlos junto a sus alumnos.

En el interior de los diferentes maletines se podrán encontrar muestras de las témperas líquidas **PLAYCOLOR Basic**, **PLAYCOLOR Líquid**, **PLAYCOLOR Fingerpaint** y **PLAYCOLOR Acrylic**, así como muestras de las témperas sólidas **PLAYCOLOR BASIC ONE**, cola blanca líquida **INSTANT**, cola con purpurina **INSTANT Glitter** y una barra de pegamento **INSTANT CLASSIC**.



Lanzamiento de una nueva plataforma B2B

INSTANT/PLAYCOLOR anunció recientemente el lanzamiento de una nueva B2B para facilitar y agilizar la experiencia de compra de sus clientes. Esta nueva tienda online, muy fácil de navegar y con una interfaz intuitiva, les permitirá localizar y adquirir todo lo que necesiten, de manera ágil y rápida, y estar al día de todas las promociones y descuentos de las marcas. La nueva herramienta comenzó a operar en el mes de marzo.



plico

Novedades Plico



Más información www.plico.es



plico

Plico Products, S.L.
plico@plico.es · Tel. +34 93 674 99 55

Síguenos

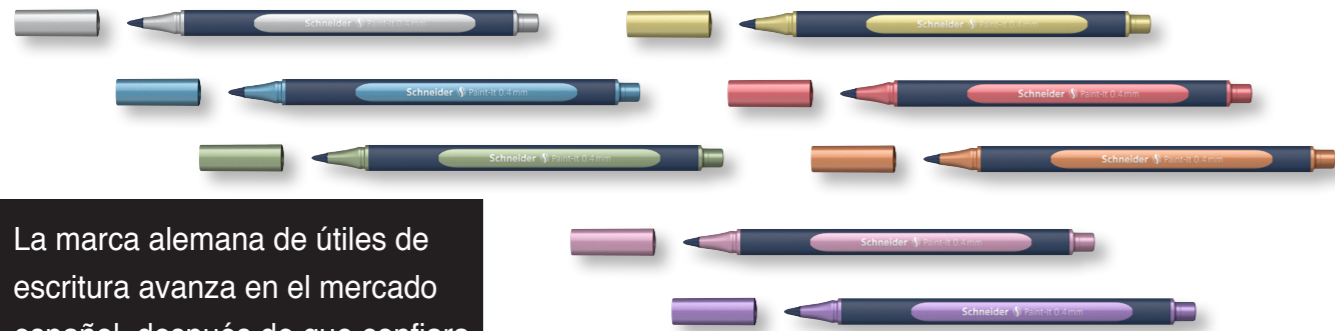


www.plico.es



Schneider  Escribelo

SCHNEIDER sigue ampliando su nueva línea MAKERS LINE en España



La marca alemana de útiles de escritura avanza en el mercado español, después de que confiara a FULCO su distribución en el país.

Se trata de la última incorporación a su gama Makers Line, lanzada para cubrir la demanda de los usuarios más creativos y más familiarizados con las últimas tendencias creativas, como el *DIY deco*, el *lettering* y el *scrapbooking*, actividades estrella en los contenidos de plataformas como TikTok o Instagram.

HERRAMIENTAS PARA LAS NUEVAS DISCIPLINAS ARTÍSTICAS

El crecimiento del formato video en las RR.SS., y las que algunos creadores han alcanzado gran relevancia, ha llamado la atención de muchos artistas profesionales, que han migrado a esas plataformas para promocionar su obra. Ilustradores profesionales, artistas urbanos o tatuadores enseñan su trabajo diario en sus perfiles, la mayoría de las veces sólo para cautivar a sus seguidores, pero también hay quienes intentan guiarles en una disciplina artística.

Es el caso de algunos ilustradores de libros que pasan a decorar tazas, botellines, lapiceros..., de tatuadores que pasan a personalizar prendas de ropa, o de escultores que pasan a crear y decorar jarrones para el salón de casa.

NUEVOS ROLLERBALL "PAINT-IT 050"

Este aumento de consumo artístico ha sido una oportunidad para que Schneider decidiera lanzar un nuevo modelo en su familia Makers Line: **Paint-it 050**, rollers de acabado metalizado brillante, con punta ultrasuave de 0,4 mm y en 8 colores diferentes (estuches de 4 y 8 unid.). Como no podía ser de otra forma, en línea con



Nuevos rotuladores Paint-it 050, un novedoso rollerball de acabado metálico brillante, disponible en 8 colores diferentes. Packaging de cartón con 4 u 8 unid.



Los Paint-it 050 alcanzan su máxima luminosidad sobre superficies negras u oscuras, pero eso no quiere decir que no sean perfectos para resaltar sobre cualquier otra superficie lisa, no muy absorbente.

Expositor de sobremesa para el comercio detallista.

el compromiso medioambiental de la marca, los rollers han sido fabricados con un 88% de plástico de base biológica, y son presentados en estuches de cartón, evitando el plástico.

Ideales muy especialmente para diseñar tarjetas de felicitación e invitaciones, sobre todo sobre fondos oscuros, pero también para trabajar sobre otras superficies lisas no muy absorbentes.

"Como distribuidor exclusivo de Schneider en España, JOVI ha promocionado el nuevo artículo en sus propias RR.SS., y con una gran acogida, por cierto", asegura Laura Farré (Digital Manager de JOVI).

Recientemente, Schneider ya introdujo en España sus rotuladores **twin marker**, disponibles en tres sets de 27, 52 y 72 unid. de colores. Perfectos para los aficionados al lettering y la ilustración.

23 24

AGENDAS ESCOLARES

M[®] MIQUELRIUS
EXPRESSING EMOTIONS
SINCE 1839



Agendas Recycled
Agendas de cartón reciclado con diseños originales



Agendas Jess Miller
Agendas inspiradas en la naturaleza con muchos detalles en el interior



Agendas Back2Fun
Las agendas más divertidas y juveniles para ir a clase



Agendas Junior
¡La primera agenda para los más pequeños!



Agendas Collage
Agendas para la secundaria de diferentes colores



Agendas New Teen
Agendas con los diseños de tendencia y stickers para hacer más divertido cada día



Agendas School
Agendas más coloridas para la etapa escolar

Descubre la agenda que te acompañará en todo el curso



plico
SOSTIC

NEW!

Nuevos productos Plico para la "VAC 2023" Para manualidades tradicionales y/o trabajos domésticos

Dos best sellers para 2023 que Plico añade a su amplio catálogo. Diseño muy cuidado, sello de su marca, y excelente calidad homologada por la CE.

• COLA TERMOFUSIBLE MAX XL ALTA RESISTENCIA

Adhesivo termofusible translúcido, de alta resistencia, que pega gran variedad de materiales: madera, cartón, tela, vidrio, cerámica...

También se adhiere sobre superficies difíciles, como el polipropileno o metales lacados, así que es muy adecuado para superficies que requieran de elevada resistencia y flexibilidad. Actúa como sellador y rellena juntas y huecos.

Compatible con las pistolas MAX y MAX PRO.

• PISTOLA ENCOLADORA MAX PRO

Con boquilla intercambiable y gatillo ergonómico.

Su potente cámara de fusión permite que las barras de pegamento se fundan rápidamente, por lo que es muy adecuada para trabajos en continuo. Puede utilizar barras de pegamento de 11,5-12 mm de diámetro.



"Plico está orientado hacia las manualidades y el mundo escolar, por lo que todos nuestros productos cuentan siempre con los certificados pertinentes", explica Ricardo Lience (Gerente de Plico).

• CINTA DE PINTAR CON BAJA ADHESIÓN

Fabricada a base de papel washi, con acabado muy suave, es adecuada para enmascarar y delimitar trabajos con acuarela sobre superficies delicadas que no deban ser pintadas, o que estén recién pintadas.

Puede retirarse sin riesgo de rasgar el papel, ni de dejar rastro de adhesivo, incluso transcurrido mucho tiempo después de su aplicación.



NEW! PISTOLA 100 W BARRITAS Ø 11,5 mm

Ref.	Descripción
1652	Pistola Encoladora MAX PRO

• CINTA DE PINTAR ESPECIAL PARA CURVAS

Está fabricada con un papel rugoso que le confiere elasticidad y flexibilidad, por lo que es muy adecuada para trabajos de pintura en los que se requiera enmascarar formas curvas.

Se consiguen líneas nítidas, que dan a la manualidad un aspecto pulcro y definido. Se adhiere sobre superficies lisas y rugosas, y puede retirarse sin dejar residuos hasta seis días después de su colocación.



Ref.	Longitud	Ancho
13305	50 m	4 mm



Ref.	Longitud	Ancho
13306	25 m	24 mm

...Y también: nueva cola de alta resistencia

Ref.	Longitud	Descripción
1653	200 mm	Cola Termofusible MAX-XL Alta Resistencia Ø 11,5 mm (12 unid.)
1654	200 mm	Cola Termofusible MAX-XL Alta Resistencia Ø 11,5 mm (24 unid.)



Marca con mayor reconocimiento mundial en la categoría de manualidades y plastilina



CYP BRANDS

Tel +34 91 85144 47 - Fax: +34 91 851 41 40
Info@cypbrands.com - www.cypbrands.com

C/ Camino de las labores, 27.
Pol. Industrial la mata
28440 Guadarrama - Madrid.





BISMARK SORPRENDE EN LA "VAC 2023" CON SU «COLECCIÓN MORANDI»

...PARA DAR UN NUEVO COLORIDO AL REGRESO ESCOLAR

Si las colecciones "BISMARK Design" ayudan a padres y alumnos a organizar su "Vuelta al Cole" desde hace más de tres décadas, la nueva "Colección MORANDI" tampoco dejará indiferente a nadie en esta campaña escolar. Sus colores mantienen tonos suaves y sosegados, inspirados en las naturalezas del pintor italiano Giorgio Morandi, incluyendo grises, beige, rosa pálido, azul grisáceo y marrón claro.

SURTIDO COMPLETO EN MANIPULADOS Y COMPLEMENTOS

- **CARPEBLOCS.** Con recambio interior de 100 hojas, separadores en el mismo tono, sobre portadocumentos y pegatinas.
- **PACKS DE 5 CUADERNOS.** De 80 hojas, con papel de 90 gr/m², en formato ahorro.
- **LIBRETAS Y BOLÍGRAFOS.**
- **TACOS DE NOTAS.** Translucido, permiten ver el texto inferior fácilmente, para marcar los datos más relevantes y dejar mensajes sin necesidad de estropear las páginas de los libros.
- Gama textil completa, con **MOCHILAS Y PORTATODOS** a la última moda.
- **AGENDAS ESCOLARES.** Para una mejor organización en el día a día de los escolares.

• Poessa estuvo presente en la feria "FORUM 2023" y en la "IV Convención de DOS Office Group"

En ambos encuentros los protagonistas fueron sus Colecciones de Lettering, disponibles también en pastel y Kids, para los más pequeños, así como los bolígrafos borrables y los rollers, tan demandados.

Poessa presentó sus colecciones Ingraf & Go y Mediterráneo, con su gama de librerías flexibles, notebooks, cintas correctoras y artículos de viaje, como mochilas, neceseres y maletines...

Cegasa también estuvo presente con sus expositores de PILAS.

Alberto Colorado (Director Nacional de Ventas de POESSA), a la dcha., junto a Julio González (Coordinador Oficina Central en DOS Office Group).



GAMA COMPLETA DE PRODUCTOS BISMARK EN: WWW.POESSA.COM



CARIOCA® SUPERCOLOR

NOVEDAD
2023



100%
MADERA
CERTIFICADA
FSC



ALTA
COBERTURA



COLORES
INTENSOS

DISEÑADO PARA
ESTUDIANTES
ENTRE 10
Y 15 AÑOS



PUNTA GRUESA
3.3mm



DOHE Un catálogo con infinidad de ideas en sus muchas novedades para la campaña escolar

Renueva de forma casi completa su oferta de colecciones escolares. El desarrollo del producto en todas las colecciones se ha realizado con un esmero cuidado por los detalles, algo que se aprecia fácilmente en la calidad final alcanzada.

Pink Panther

Dos colecciones con la licencia Pink Panther.

Una de ellas, denominada "Stripes", orientada al público más infantil, y la segunda, "Team", para los jóvenes de cursos más avanzados. Ambas juegan con el colorido estilo de este personaje cinematográfico de fama mundial.

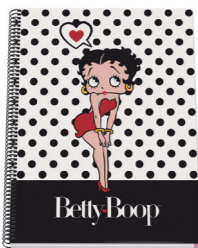


COMPUESTA POR: • Carpetas Folio 4 anillas • Carpeta Recambio A4 con goma • Carpeta recambio Folio con solapas • Mochilas y bolsa saco • Expositores de bloques y notas adhesivas • Portatodos triples, cuadrados y redondos, • Cuadernos con cuadrícula de 5 mm y 4 mm, y • Agendas escolares con interior en cuatro colores.

Betty Boop

DOHE lanza una nueva colección con otro personaje archiconocido de la cultura popular: Betty Boop.

Caracterizada por diseños desenfadados y llenos de contrastes, es ya una de las sensaciones de la temporada. Su presencia es constante en marcas de moda, y ahora también tendrá su presencia en las aulas.



COMPUESTA POR: • Carpetería • Agendas escolares con interior en dos colores • Mochila grande • Expositores de bloques • Notas adhesivas • Portatodos triples, cuadrados y redondos, y finalmente • Cuadernos con cuadrícula de 5 mm.

Atlético de Madrid

Un año más, el fabricante mantiene la licencia deportiva Atlético de Madrid. Con dos líneas completas: "Atleti" y "Coraje y corazón".



LÍNEA ATLETI: • Carpetas de folio y recambio • Cuaderno espiral A4, A5 y folio • Cuadernos cartóné A5 • Libretas • Portatodos en gel y triples • Planificador • Archivador de palanca.

LÍNEA CORAJE Y CORAZÓN: Además de los elementos anteriores, • Tacos de notas • Portatodos triples con la mascota "Indi" • Bolígrafos retráctiles • Dos estuches con bolígrafo metálico.

NASA

Dos líneas dedicadas a la NASA y a su popular logotipo, conocido mundialmente por el renovado interés en la investigación espacial, así como por su continua presencia en películas, documentales y series. Todo ello lo ha convertido en un icono contemporáneo cargado de significado. Dos colecciones: "Flag", llena de color y con un cierto toque retro, y "Logo", con un estilo mucho más sobrio y minimalista.



COMPUESTA POR: • Carpetas recambios Folio con anilla, solapas y A4 • Cuadernos con cuadrícula de 5 mm. • Agendas escolares con interior en dos colores • Mochilas • Portatodos triples y redondos.

DUO

Línea con un diseño muy contemporáneo, compuesta por unas gamas de productos bicolors. Los modelos de esta colección, además de estar fabricados con materiales medioambientalmente responsables, tienen la característica de ofrecer un material impermeable que repele el agua en su práctica totalidad, haciéndolos especialmente útiles para su uso en exteriores.



COMPUESTA POR: • Carpetas recambios Folio con anilla, solapas y A4 • Cuadernos con cuadrícula de 5 mm. • Agendas escolares con interior en dos colores • Mochilas • Portatodos triples y redondos.

WWF

DOHE mantiene un año más su acuerdo de colaboración con WWF España. Ahora con su colección "Save Our Oceans", respetuosa con el medioambiente: papel certificado FSC, y poliéster reciclado, procedente de botellas de plástico, para las mochilas y los estuches.



COMPUESTA POR: • Carpeta de anillas • Carpeta recambio • Carpeta con solapas • Agendas escolares • Cuadernos A4 y A5 • Mochila grande • Dos portatodos, triple y redondo • Cubo de notas adhesivas • Set de marcadores fluorescentes.



Toda una vida juntos

Descubre tu lado más ECO



VUELTA al Cole 2023

Tombow

Propuestas muy atractivas para que el punto de venta pueda **atraer al cliente**

Kit "ESTUDIO CREATIVO"

Selección de productos Tombow de alta calidad, para servir de guía a sus usuarios durante sus estudios, y ayudarles a organizarse.

Con los rotuladores incluidos podrán elaborar sus apuntes de forma creativa.

Contenido: • Bolígrafo Reporter 4 colores (BC-FRC40). • 4 rotuladores fluorescentes MONO edge doble punta, ancha biselada, para resaltar texto. • 4 rotuladores TWINTONE doble punta. Punta fineliner.



KIT ESTUDIO CREATIVO
EN BLISTER



ROTULADOR FLUORESCENTE MONO EDGE
ESTUCHE



iDoble punta!



SET LETTERING BEGINNER
EN BLISTER

Brush Lettering



Set Lettering "BEGINNER"

Set de caligrafía para principiantes, compuesto por seis piezas.

Contenido: • 2 rotuladores ABT Dual Brush (color negro y gris claro). • Lápiz grafito MONO 100, 3H. • Rotulador caligráfico Fudenosuke, color negro. • Rotulador MONO, tinta negra. • Goma de borrar MONO XS.

"LETREANDO" NIVEL 1 y NIVEL 2
CUADERNOS DE LETTERING



Rotulador Fluorescente "MONO EDGE"

Estuche con 6 rotuladores fluorescentes doble punta.

Colores surtidos. La punta ancha biselada permite resaltar fragmentos de texto o fechas importantes, mientras que con la punta fina y redonda se pueden añadir notas de color más pequeñas. Tinta de secado rápido, que no mancha ni sangra en la mayoría de los papeles. En colores rosa, verde, azul cielo, morado, rojo, y amarillo dorado. Ideal para caligrafía, lettering, decoración de agendas, bocetos, etc.

Cuadernos de lettering "LETREANDO" (NIVEL 1 y NIVEL 2)

Cuadernos de 32 págs., con papel de 105 gr/m², especial para que el rotulador no traspase.

Nivel 1: "Iniciación al lettering": para iniciarse en el apasionante mundo de las "letras bonitas", con distintas prácticas.

Nivel 2: "Perfeccionamiento del lettering": Técnicas, florituras, composiciones y, lo más importante, cómo conseguir un estilo propio.



Diviértete coloreando tus productos Bismark kids



OTRAS PROPUESTAS para escribir, borrar, corregir, pegar...: • **REPORTER 4**, bolígrafo con tintas de 4 colores, en expositor de 24 unid. • **GOMA DE BORRAR MONO XS, M y L**, en expositor pecera • **LÁPIZ BORRADOR MONO ZERO y MONO ZERO NEÓN**, en expositores de 24 unid. • **PEGAMENTO LÍQUIDO MONO AQUA y MONO MULTI**, en cajas-expositor. • Pegamento y cinta correctora **MONO AIR 4, MONO CCE y MONO CT-YT4**, en expositores pecera o cajas.

#Sípaper2023

#sípaper



La industria papelera recuperó su cita anual, interrumpida por los años de pandemia, con una nueva edición de **#Sípaper2023**, para abordar la Sostenibilidad y la Innovación en su sector industrial.

El encuentro, con más de 400 profesionales, tuvo lugar el 21 de marzo en el Edificio Nouvel (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía), bajo el lema **#Sípaper** (S de Sostenibilidad + I de Innovación).

El evento fue organizado por ASPAPEL (Asociación Española de Fabricantes de Pasta, Papel y Cartón), en colaboración con organizaciones que configuran la cadena de valor del papel: industrias de la celulosa, del papel y del cartón. Juntas dan lugar a centenares de productos papeleros de uso habitual (cajas, bolsas, sobres, cuadernos, rollos de papel higiénico, libros, folletos, periódicos y revistas), con unos 370.000 trabajadores, 12.500 millones de euros en salarios y 7.400 millones en impuestos y cotizaciones fiscales.

#Sípaper reunió a más de 400 profesionales en un evento/cóctel conducido por la presentadora de televisión Marta Reyero, y en el que participó también la actriz Eva Ugarte como narradora de relatos cortos sobre el papel. Dos expertas

abordaron los temas de la Sostenibilidad y la Innovación en los productos, y se presentó la VI Edición de los Premios "Valores del Papel", para reconocer la relevancia y la conexión profesional con el papel. El acto finalizaría con improvisado concierto de saxofón, y un cóctel para los asistentes.

Las intervenciones de **Ana Gascón** (Directora de Estrategia de Sostenibilidad de Envases para Europa en The Coca-Cola Company) y **María Albalá** (Directora del HUB de Innovación de ESIC), ponentes en el acto, recalcaron la "responsabilidad de la industria en apostar por la innovación y el ecodiseño para que los envases sean cada vez más



El discurso inaugural corrió a cargo de Eduardo Querol (Presidente de ASPAPEL).

sostenibles. Un proceso en el que el cartón y el papel tienen protagonismo innegable", y ver la innovación como un punto clave en un contexto tan complejo como el actual. "Muchas organizaciones han comprobado cómo las iniciativas proyectadas desde la innovación sirven para resolver retos que, de otro modo, no se podrían materializar con tanta rapidez".



Fotografía: Carlos Hoyos.

PREMIOS "VALORES DEL PAPEL"

- **Museo Nacional del Prado: PREMIO VALIOSO**, por su exposición "El maestro del papel. Cartillas para aprender a dibujar de los siglos XVII al XIX". El papel como soporte para este instrumento formativo de gran valor artístico.
- **Fundación Prodis: PREMIO NATURAL**, por los elementos en papel que desarrollan en su Centro Especial de Empleo.
- **Unilever: PREMIO RENOVABLE**, por su decidida apuesta por la sostenibilidad y la circularidad.
- **Ariel: PREMIO INNOVADOR**, por su apuesta de sustitución al conseguir envases reciclables, reutilizables o compostables para su producto Ariel PODS.
- **Santiago Muñoz Machado** (Director de la Real Academia Española de la Lengua): **PREMIO ESPECIAL**, por su trayectoria intelectual, con más de cincuenta libros publicados, que incluyen obras de carácter jurídico, estudios históricos, ensayos y narrativa.

BACK to SCHOOL

2023



SINCE 1957

www.plasticospardo.com

PLÁSTICOS PARDO S.L.
Pol. Ind. Etxezarreta 4
20749 – Aizarnazabal
Gipuzkoa

Tel.: 943 833 800

Fax: 943 831 853

ventas@plasticospardo.com

Torraspapel Distribución Arte contemporáneo con uno de sus papeles para impresión digital, en la Feria ARCOmadrid 2023

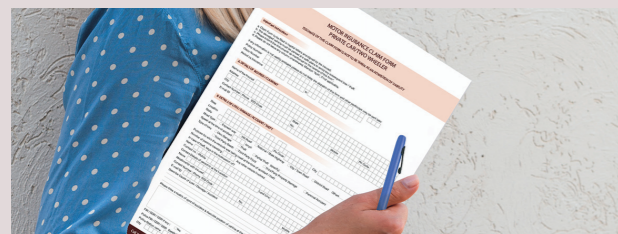


Yo hizo de una manera innovadora: empapelando las paredes del stand de la Fundación Amigos del Reina Sofía con la obra de dos artistas japoneses, asentados en España, que trabajan conjuntamente para mostrar que el arte asiático se inserta perfectamente en el discurso del arte internacional contemporáneo: Mari Ito (Tokio) y Tadanori Yamaguchi (Nagoya).

La primera, con una pintura floral representando los deseos de la psique humana, bajo el título "Cadena de deseos"; un exquisito diseño impreso en el papel Athenea Verjurado Digital de 220 gr/m². El segundo, con una escultura de mármol "con alma y consciencia propia", con título "Dos ondas".

"EUROCALCO", de LECTA Papel autocopiativo que marca la diferencia

Una de las gamas de referencia del mercado en papel autocopiativo, por su versatilidad y características, fabricada por Lecta desde hace más de 50 años.



Disponibles en hojas o en bobinas, sus óptimas prestaciones aseguran una excelente calidad de impresión, nítida y precisa, tanto en prensas offset, como en las modernas máquinas de impresión digital. Para este último tipo de impresión, en rápido crecimiento, se indica el Eurocalco Digital, papel autocopiativo Premium de la gama.

Los papeles autocopiativos Eurocalco integran el nuevo catálogo "The copy that makes the difference", de LECTA.

"PAPERWORLD CHINA" Papelería de moda y artículos personales con estilo, del 17 al 19 de noviembre de 2023, en el Shanghai World Expo Exhibition & Convention



paperworld
CHINA
17. - 19.11.2023
SHANGHAI, CHINA

Tras la desaparición de "Paperworld Frankfurt", regresa un año más "Paperworld China", pero en un nuevo emplazamiento -Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center- y con una nueva propuesta en cuanto a oferta de productos.

"Dado que la feria se pospuso debido a la pandemia, toda la industria de papelería y artículos de oficina espera su regreso. Con la recuperación de la economía mundial, y especialmente con tanta demanda contenida en el mercado chino, la feria está preparada para volver a conectar a proveedores y compradores locales y extranjeros", explica Richard Li (Dir. General de Messe Frankfurt Shanghai).

"Para capitalizar su enorme potencial, Paperworld China regresará con una nueva puesta en escena: artículos de oficina y papelería de calidad convergente, así como artículos culturales y de moda para el uso cotidiano", señala Xiaoli Yi (Presidenta de la Asociación de Artículos de Papelería y Deportivos de China).

Junto con una variedad de artículos escolares, de oficina, educativos, materiales de Bellas Artes y artículos para manualidades, la feria exhibirá una amplia gama de productos de moda de diversas categorías: accesorios para ordenadores y teléfonos móviles, artículos deportivos, productos para festivales y fiestas, dispositivos de audio y video digital, cosméticos, productos de viaje, productos creativos y con licencia, juegos de mesa, artículos relacionados con ACG (animación, cómics, juegos), artículos para mascotas... y muchos más. Además, se volverán a organizar los prestigiosos premios "Best Stationery of China Awards", estrictamente profesionales, para alentar a más fabricantes a mostrar más artículos de papelería creativos y de alta calidad en este mercado.

INTERNATIONAL PAPER, "PREMIO MULTINACIONAL DEL AÑO"

... OTORGADO POR EL DIARIO LA RAZÓN, RECONOCE EL PAPEL QUE LA ECONOMÍA CIRCULAR TIENE EN LA FABRICACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE EMBALAJE QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA.



En representación de International Paper acudieron a recibir el premio (de izqda. a dcha.) Sergio Mena (General Manager Iberia South Area), Alberto Martorell (Operations Director Iberia), José María Regidor (Manufacturing Director Madrid Mill) y Javier Ortega (General Manager Iberia North Area).

La entrega del premio tuvo lugar el 25 de abril, en la sede del diario en Madrid.

"Es un orgullo recibir este premio, en nombre de International Paper, como un reconocimiento al trabajo que hacemos cada día todos los que formamos parte de esta gran empresa, para lograr la transformación de recursos renovables en productos de uso diario. Todos nuestros embalajes están fabricados con materiales renovables y son, a su vez, reciclables", diría Alberto Martorell (Operations Director Iberia), en el momento de recibir el galardón.

"La economía circular desempeña un gran papel en la creación de los embalajes que fabrica International Paper. Desde su diseño, hasta el producto final, son productos siempre respetuosos con el medioambiente.

La gestión responsable está muy presente en todas las acciones de la empresa y es el centro de su actividad. España y, en concreto el área de Madrid, constituye un gran ejemplo de ello. La empresa de reciclaje CARPA, propiedad de International Paper, es una de las mayores recicladoras de papel de la capital. Cada mes recoge 11.000 tm de papel y cajas y las envía a la fábrica Madrid

Mill, para producir papel reciclado que, posteriormente, las otras plantas que tiene la empresa en distintas partes del territorio nacional convierten en cajas de cartón ondulado. Así mismo, los recortes sobrantes durante la creación de los embalajes vuelven a la fábrica para su reciclaje, asegurando un desperdicio cero".

Productos 100% reutilizables, reciclables o compostables

La apuesta de International Paper por la economía circular, y el control del consumo de recursos durante su producción, forma parte de su programa "Visión 2030".

"Para ello, International Paper mantiene un completo sistema, estructurado en cuatro fases, para favorecer la circularidad:

- Diseñar y crear productos innovadores y sostenibles que puedan reciclarse, reutilizarse o compostarse.
- Abastecerse de materias primas renovables y recicladas.
- Utilizar procesos de fabricación circulares, para potenciar el aprovechamiento de recursos y productos secundarios mientras se reduce el impacto general de las operaciones.
- Colaborar con soluciones circulares a fin de generar valor para los clientes".



Piqueras y Crespo regaló una de sus sillas en FORUM 2023

... DE FABRICACIÓN EXCLUSIVA, Y TAPIZADA CON EL COLOR CORPORATIVO DE DISTRISANTIAGO.



De izqda. a dcha., Francisco Crespo (Dir. Ventas de PC), Rafael J. Milano (Dpto. de Compras de DSG) y Suah Carral (Dpto. Comercial de PC).

■ ■ ■ RAFAEL JOSÉ MILANO, del Departamento de Compras de DSG, resultó ganador en el sorteo realizado por el fabricante de mobiliario de oficina en el último día de la feria FORUM 2023, entre los comerciales del Grupo DISTRISANTIAGO. "Por supuesto, estoy muy contento con este regalo inesperado, que van a disfrutar mis hijas, sobre todo", confesaría el ganador.

Con respaldo de malla, cabecero giratorio 360° y asiento del color naranja, la silla sorteada forma parte del Catálogo Selección 2023 de PC, con más de 2.000 referencias en sillería.



"Los modelos de sillas de Piqueras y Crespo llevan nombres de pueblos de Castilla-La Mancha, y este año sumamos las colecciones Horna, Cilanco, Jorquera y Reolid", explica Francisco Crespo (Dir. Ventas de PC).

EDDING AG vende su negocio en Argentina al Grupo Mendizábal

La volatilidad del contexto internacional, producto de diversos factores, entre ellos los efectos de la pandemia y la extensión de la guerra de Ucrania, impulsaron al Grupo Edding a reenfoque su estrategia de negocio. Esta decisión habría derivado en la búsqueda de un comprador de su filial en Argentina a una empresa del mismo país.

La implementación de su Estrategia 2025+, llevó al fabricante alemán a frenar su expansión en América Latina, a partir de 2021, y su salida de Argentina, a 31 de marzo de 2023, forma parte de este movimiento. Su actividad ha sido absorbida por el Grupo Mendizábal, que parece que mantendrá la plantilla de edding.

El Grupo Mendizábal es un holding del que forma parte Parallel, una empresa que desde hace 50 años se dedica a importar, posicionar, distribuir y comercializar marcas internacionales en más de 10.000 puntos de venta de Argentina.



2022... CRECIMIENTO EN LA FACTURACIÓN DEL SECTOR DE FABRICACIÓN DE ETIQUETAS

AIFEC (Asociación Ibérica de Fabricantes de Etiquetas en Continuo) ha presentado los datos del sector el año pasado, con un crecimiento del 6,7% en facturación: hasta los 775 millones de euros. El crecimiento de los metros cuadrados transformados de papeles térmicos y film fue de 556 millones, con un crecimiento de 1,6% para las 136 principales empresas fabricantes, que dan empleo a más de 4.700 personas.



La presión de AIFEC ha hecho posible que las etiquetas autoadhesivas no estén sujetas al impuesto especial sobre los envases de plástico no reutilizables, incluido en el paquete legislativo del Gobierno central y europeo.

EN RESPUESTA AL RD 1055/2022, QUE EXIGE EL MARCAJE DE LOS ENVASES PARA EL AÑO 2025 INDICANDO SU CONDICIÓN DE REUTILIZABLES Y EL CONTENEDOR DÓNDE DEBEN DEPOSITARSE...

“LABOLSADEPAPEL” lanza el sello “REUTILÍZAME-RECÍCLAME”

La plataforma Labolsadepapel ha creado el sello “Reutilízame - Reciclame”, un distintivo que nace con el objetivo de aunar dos recomendaciones: la reutilización de las bolsas de papel y su reciclaje en el contenedor azul.

Este distintivo ya está disponible en todas las bolsas de papel de nueva fabricación. El sector responde así al cumplimiento del RD 1055/2022, de 27 de diciembre, de envases y residuos de envases, que obliga en 2025 a que los envases indiquen dónde deben depositarse para su reciclaje.

El sello informa del carácter reutilizable y reciclable de la bolsa de papel si se deposita en el contenedor azul.

NUEVE DE CADA DIEZ CONSUMIDORES REUTILIZAN LAS BOLSAS DE PAPEL

La alta valoración por parte de consumidores y comerciantes de los atributos medioambientales de la bolsa de papel –reutilizable, biodegradable, reciclable y renovable–, se traduce en su uso creciente en todo tipo de establecimientos comerciales.

Para el 90% de los consumidores, la bolsa de papel se reafirma como transmisora de valores de consumo sostenible.



La bolsa de formato pequeño con asas aguanta más de 12 kg, la mediana con asa puede cargar más de 14 kg y la bolsa tipo sobre sin asa puede con 5 kg o más, si es de formato mediano, ó 2 kg o más si es de formato pequeño.

Nueve de cada diez consumidores reutilizan las bolsas de papel hasta tres veces, como media: 45% para volver a comprar, 46% para llevar objetivos personales y 56% para guardar enseres. Estos datos confirman que la bolsa de papel se ha consolidado como alternativa natural en los comercios españoles: el 65% las emplea

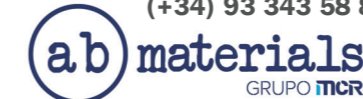
Incluso si una bolsa de papel no llegase a entrar en el circuito del reciclado, se biodegrada en un periodo de entre dos y cinco meses, sin dañar el medio ambiente.

LAS MARCAS DEL SECTOR

PRINCIPALES MARCAS DEL SECTOR DEL PAPEL, PAPELERÍA, OFICINA Y TECNOLOGÍA

AB MATERIALS

www.abmaterials.es
info@mcr.com.es
☎ (+34) 91 440 07 00
☎ (+34) 93 343 58 85



R. Franklin, 26. Pol. Ind. Los Gavilanes
28006 Getafe
MADRID

ACCO BRANDS

www.accobrand.com
☎ (+34) 93 238 44 33



Vía Augusta, 20
08006 BARCELONA

APLI PAPER

www.apli.com
apli@apli.com



Avda. Arraona, 120-124
08210 Barberà del Vallès
BARCELONA

APLI PAPER

www.miquelrius.com
miquelrius@miquelrius.com
☎ (+34) 93 562 02 11



Avda. Arraona, 120-124
08210 Barberà del Vallès
BARCELONA

ARGUVAL

www.arguval.com
info@arguval.com
☎ (+34) 952 17 85 63



María Malibrán, 16. Pol. Ind. Trévenez
29590 MÁLAGA

BONIFACIO

www.escolofi.com
info@escolofi.com
☎ (+34) 93 314 50 51



Vía Trajana, 13
08930 Sant Adrià de Besòs
BARCELONA

CS GROUP

www.liderpapel.com
☎ (+34) 952 32 28 04



Bodegueros, 54
29006 MÁLAGA

CYP BRANDS

www.cypbrands.com
☎ (+34) 91 851 44 47



Camino de las Labores, 27
28440 Guadarrama
MADRID

DISTRIBUIDORA UNIVERSAL

www.instant.es



Josep Maria Sert, 17-3ª
08530 La Garriga
BARCELONA

DISTRISANTIAGO

www.distrisantiago.es
info@distrisantiago.es
☎ (+34) 902 702 005
☎ (+34) 981 561 114



Vía Pasteur, 10. Pol. Ind. del Tambre
15890 Santiago de Compostela
A CORUÑA

DIVINE DESIGN Distribuido por ZYX Ideas

www.zyideas.com
zyideas@zyideas.com
☎ (+34) 93 210 45 45



Homero, 31
08023 BARCELONA

DOHE

www.dohe.es
☎ (+34) 91 604 80 18



Camino de Madrid, 14
28970 Humanes de Madrid
MADRID



LAS MARCAS DEL SECTOR

PRINCIPALES MARCAS DEL SECTOR DEL PAPEL, PAPELERÍA, OFICINA Y TECNOLOGÍA

FELLOWES

www.fellowes.es



Fellowes
Brands..

Pº de las Flores, 23. Naves 3 y 4
28823 Coslada
MADRID

FILA IBERIA

www.filaiberia.com
info@filaiberia.com



GIOTTO
CANSON
FILA

Avda. dels Rabassaires, 28-3ª B
08100 Mollet del Vallès
BARCELONA

FINOCAM

Cabero Group 1916, S.A.
www.finocam.com
☎ (+34) 93 247 86 22



finocam

Enclusa, 1
08292 Esparreguera
BARCELONA

FOLDER

FOLDER Papelerías
www.folder.es
☎ (+34) 91 644 81 92



Folder
Líder en papelería

Telecomunicaciones, 10. Pol. I. Urtinsa II
28923 Alcorcón
MADRID

HAMELIN BRANDS

www.hamelinbrands.com
☎ (+34) 97 248 82 00



OXFORD **UNILUX**
ELBA
HAMELIN BRANDS

Ctra. C-66. Km 22,10
17463 Flaça
GIRONA

HSM Técnica de Oficina y Medioambiente España, S.L.U.

www.hsm.eu
iberia@hsm.eu
☎ (+34) 91 103 48 59



HSM

José Echegaray, 10
28100 Alcobendas
MADRID

IMEDIO

www.imedia.es



Imedio

Ombú, 3. Torre Urbis. 14ª Planta
28045 MADRID

JOVI

www.jovi.es
jovi@jovi.es
☎ (+34) 93 588 53 93



JOVI

Avda. Bizet, 39-41. Pol. Ind. Can Jardí
08191 Rubí
BARCELONA

KAWECO

Distribuido por ZYX Ideas
www.zyxideas.com
zyxideas@zyxideas.com
☎ (+34) 93 210 45 45



Kaweco
GERMANY, SINCE 1883.

Homero, 31
08023 BARCELONA

MAIN PAPER

www.mainpaper.com
☎ (+34) 91 893 66 81



MP

Travesía de la Marga, s/m
45224 Seseña Nuevo
TOLEDO

MCR INFO ELECTRONIC

www.mcr.com.es
☎ (+34) 91 440 07 00



GRUPO **MCR**

R. Franklin, 26. Pol. Ind. Los Gavilanes
28906 Getafe
MADRID

MOLESKINE

Distribuido por Mink Blau
minkblau@gmail.com
☎ (+34) 93 218 91 43



MOLESKINE

Balmes, 224-3ª-1ª
08006 BARCELONA

MOLIN

www.molin.es
info@molin.es
☎ (+34) 93 260 30 90



molin

Paseo Ferrocarriles Catalanes, 217
08940 Cornellá
BARCELONA

NOVUS-DAHLE

www.novus-dahle.com
ventasEs@novus-dahle.com
☎ (+34) 93 373 52 75



NOVUS **DAHLE**

Ignasi Iglesias, 19-1ª-1ª
08940 Cornellà de Llobregat
BARCELONA

OXFORD

Dibujo y Estuches
www.hamelinbrands.com
☎ (+34) 97 248 82 00



HAMELIN BRANDS

Ctra. C-66. Km 22,10
17463 Flaça
GIRONA

PIQUERAS Y CRESPO

www.piquerasycrespo.com
info@piquerasycrespo.com
☎ (+34) 96 721 13 17



PC

PIQUERAS Y CRESPO
Ctra. N-322. Km 359
02007 ALBACETE

PLAYCOLOR

www.plavcolor.eu



PLAYCOLOR

Josep Maria Sert, 17-3ª
08530 La Garriga
BARCELONA

PLICO

www.plico.es plico@plico.es
☎ (+34) 936 749 955



plico

Ciclisme, 13. Pol. Ind. Can Rosés
08191 Rubí
BARCELONA

POESSA

www.poessa.com
poessa@poessa.com
☎ (+34) 946 71 30 00



Poessa

Avda. Cervantes, 35
48970 Basauri
VIZCAYA

ROCADA

www.rocada.com
rocada@rocada.com
☎ (+34) 93 880 00 00



rocada

C. de les Moreres, s/n
08552 Taradell
BARCELONA

SADIPAL - CREATIVE PAPERS

www.sadipal.com
☎ (+34) 972 49 31 31



Sadipal
CREATIVE PAPERS

SADIPAL is the Creative Brand of FABRIANO

FABRIANO
LA BELLA CARTA DAL 1264
Jaume I, 44
17180 Vilablareix
GIRONA



LAS MARCAS DEL SECTOR

PRINCIPALES MARCAS DEL SECTOR DEL PAPEL, PAPELERÍA, OFICINA Y TECNOLOGÍA

SCHNEIDER Distribuido por JOVI
www.schneiderpen.com
jovi@jovi.es
 ☎ (+34) 93 588 53 93



Schneider  **Escríbelo**

Avda. Bizet, 39-41. Pol. Ind. Can Jardí
 08191 Rubí
 BARCELONA

SENFORT www.senfort.com
senfort@senfort.com
 ☎ (+34) 93 753 79 55



SENFORT

Avda. del Progrès, 12
 08340 Vilassar de Mar
 BARCELONA

STABILO INTERNATIONAL
www.stabilo.es
info.es@stabilo.com



STABILO

Sant Elies, 29-35. Escalera B-3ª-2ª
 08006 BARCELONA

STAEDTLER IBERIA
www.staedtler.es
st-iberia@staedtler.es



STAEDTLER

Camí de Can Camps, 17-19. P.E. Vallsolana
 08174 Sant Cugat del Vallés
 BARCELONA

STARPLUS www.starplus-es.com



starPLUS

Cercedilla, 14. Pol. Ind. Ventorro del Cano
 28925 Alcorcón
 MADRID

TESA TAPE www.tesatape.es
 ☎ (+34) 93 758 33 00



tesa

Ctra. Granollers-Mataró km 5,4
 08310 Argentona
 BARCELONA

TOMBOW Distribuido por Mink Blau
minkblau@gmail.com
 ☎ (+34) 93 218 91 43



Tombow

Balmes, 224-3ª-1ª
 08006 BARCELONA

TORRASPAPEL DISTRIBUCIÓN
www.torrasdistribucion.com
torrasdistribucion@torraspapel.com
 ☎ (+34) 900 70 11 77



TORRASPAPEL

DISTRIBUCIÓN

Cruz de Medallas, 2. Pol. Ind. Las Canteras
 28343 Valdemoro
 MADRID

UNI MITSUBISHI PENCIL
www.uni-ball.es
www.posca.com



uni
 MITSUBISHI PENCIL
uni-ball

Avda. Can Roses, s/n. Nave 3
 08191 Rubí
 BARCELONA

ZENITH Distribuido por ZYX Ideas
www.zyxideas.com
zyxideas@zyxideas.com
 ☎ (+34) 93 210 45 45



ZENITH

Homero, 31
 08023 BARCELONA

ZYX IDEAS www.zyxideas.com
zyxideas@zyxideas.com
 ☎ (+34) 93 210 45 45



zyx ideas

Homero, 31
 08023 BARCELONA



Ready for the

BACK to SCHOOL

Deja de lado las preocupaciones y empieza a crear y aprender con la gama de pegamentos y correctores tesa®.

- Eco-friendly
- Fácil de usar
- Seguros para los niños





¡PROPUES-
TAS PARA HACER
EN EL AULA!



Canal JOVI

Témpera Paint Plastilina Ceras

MULTI CULTURAL COLORS



jovi_es



canaljovi



jovi.spain



canaljovi