



Report *Edição 2015*



PARCEIRO DE SOLUÇÕES
SOLUTIONS PARTNER



REALIZAÇÃO E ORGANIZAÇÃO ORGANIZED BY



aps feiras & eventos



FESPA BRASIL EXPOPRINT DIGITAL

CONSOLIDA POSIÇÃO NO PAÍS E ANUNCIA EDIÇÃO ANUAL



A FESPA Brasil / ExpoPrint Digital 2015 comprovou sua posição como a primeira grande feira de negócios do ano no setor de impressão digital e comunicação visual. Promovida entre os dias 18 e 21 de março no Pavilhão Branco do Expo Center Norte, a feira superou as expectativas e anuncia grandes novidades.

Durante os quatro dias de feira, foram registrados 14.236 visitantes únicos. Os números deixam claro o enorme sucesso da FESPA Brasil / ExpoPrint Digital 2015. Na comparação com a edição 2013, houve um crescimento de 8% em visitantes únicos.

Para abrigar as grandes marcas nacionais e internacionais, a área de exposição foi aumentada em 8%. Foram 12% mais expositores do que em 2013 - e um

crescimento ainda maior em marcas expostas: nesta edição foi atingido o número de 439 marcas.

Reforçando a proposta feita pela FESPA e APS desde a primeira edição de reinvestir no mercado, buscando profissionalizar o mercado e criar demandas de impressão e negócios sustentáveis, foram organizados dois congressos gratuitos durante a exposição: o Congresso Internacional de Impressão Digital e Digital Textile Conference, já presente em outras partes do mundo e realizado pela primeira vez no Brasil. Ambos fizeram enorme sucesso, somando um total de 496 participantes.

Desde 2011, a APS e FESPA vêm estudando o mercado visando oferecer uma solução perfeita para ex-

positores e visitantes, assim decidiu por promover a feira no início do ano, e assim consolidando sua posição como a primeira oportunidade do ano para gerar negócios e buscar novas oportunidades. Tal iniciativa começou em março de 2013, manteve seu posicionamento em março de 2015 e neste momento, atendendo mais uma vez a necessidade do mercado, a feira passa a ser anual, com a próxima edição já confirmada, de 6 a 9 de abril de 2016.

Outra grande novidade é que mais um segmento ganha espaço e uma terceira feira é confirmada para ocorrer na mesma data e espaço: a Brasil Label, iniciativa promovida entre APS Feiras e FESPA voltada para o crescente segmento de impressão de rótulos.

APS FEIRAS REFORÇA VARIEDADE DE SOLUÇÕES APRESENTADAS

Para Alexandre Keese, Diretor da APS Feiras, “O balanço é o mais positivo possível. Recebemos na FESPA Brasil / ExpoPrint Digital 2015 impressores vindos de todos os lugares do país. São empresários buscando novos investimentos, tecnologias e oportunidades de negócio. E tudo foi encontrado aqui”.

Keese ressalta a parte educacional e tecnológica da feira: “Tivemos uma série de palestras sobre

tecnologia, gestão e oportunidades. Os expositores demonstraram tecnologias em software, hardware, gestão, insumos, para que todas as soluções de comunicação visual, impressão digital e vestuário fossem atendidas de forma plena dentro da feira. Os empresários saíram com a semente e pensando quantos projetos eles podem desenvolver”.

O diretor da APS Feiras encerra destacando segmentos fortes e as novidades para o próximo ano: “Tivemos uma área têxtil forte, com impressão em cima de tecido gerando novas oportunidades de produtos e negócios em vestuário. Apresentamos ainda sublimação, comunicação visual, rápidas e baixas tiragens; enfim, conseguimos cobrir tudo o que existe de novo. Para 2016, será planejada uma feira ainda mais especial, com mais conteúdo, trazendo informação sempre de primeira. Vamos agregar mais áreas, como a label, além de uma série de palestras e outras atividades”.

CONGRESSOS NA FESPA BRASIL

Em 2015, a FESPA Brasil promoveu a segunda edição do Congresso Internacional de Comunicação Visual e Impressão Digital. Assim como em seu primeiro ano, a iniciativa foi bem sucedida. Durante três dias, o auditório ficou repleto de empresários que buscavam dicas e técnicas passadas por especialistas renomados de todo o mundo. Uma oportunidade única de aprendizado.

Dentro do Congresso Internacional de Comunicação Visual e Impressão Digital, foi promovido o primeiro Debate de Estratégias de Mercado da Comunicação Visual no Brasil. A parceria entre APS, FESPA e Revista GF trouxe resultados positivos. Mediado pela editora da GF Luciana Andrade, especialista no segmento de comunicação visual, cinco empresários de diferentes pontos do Brasil - Fortaleza, Curitiba, São Paulo, Porto Alegre e Cuiabá - passaram experiências, impressões, métodos e técnicas ao público. Foram abordados nichos de mercado, tecnologia, evolução empresarial, o trabalho com os funcionários, o impacto da economia, a busca por agregar valor, projetos em novas áreas, o futuro da comunicação visual e muito mais. O público participou tirando dúvidas e transmitindo suas aspirações no mercado.

A novidade na FESPA Brasil 2015 foi o Digital Textile Conference. A iniciativa destacou a impressão digital têxtil - ou estampa digital -, que está em franco crescimento no Brasil e no mundo, gerando altas demandas de impressão. Durante todo o dia, empresários e especialistas no ramo falaram sobre técnicas,

processos, história e outros pontos. Os representantes da APS Feiras e FESPA destacaram a importância dada em reverter os lucros em educação para o mercado, além de preocupação em gerar demanda de impressão.

Ricardo Pi, diretor da Durst no Brasil, foi um dos palestrantes do Digital Textile Conference São Paulo: “No congresso, pudemos compartilhar com o público local algo que já vem acontecendo com força na Europa e Estados Unidos: o uso do tecido para comunicação visual em grandes formatos. Comparamos a diferença em termos de custo e os benefícios do soft signage. Demonstramos esta possibilidade aos participantes”.

O gerente comercial da Global Química & Moda, Felipe Simeoni, reforça a presença na FESPA Brasil e o patrocínio ao Digital Textile Conference: “Tivemos uma participação muito qualificativa. Com muito prazer recebemos os nossos principais clientes em nosso estande, de grandes indústrias do país. A Global é referência no segmento têxtil e ministramos quatro palestras. Dividimos conhecimento e vivência de mercado. Tivemos um dia especializado no segmento têxtil e pudemos levar conteúdo e referências do mercado”.

EXECUTIVOS DA FESPA CELEBRAM RESULTADOS DA FESPA BRASIL

Durante a FESPA Brasil 2015, os executivos da FESPA na Europa estiveram no Expo Center Norte e viram de perto a consolidação da marca no país com a segunda edição da feira.

O presidente da FESPA, Lascelle Barrow, relata: “A feira foi fantástica. É absolutamente incrível o número de pessoas que vieram este ano. Em todos os dias, esteve lotada. As pessoas ficam o dia todo na feira. É uma grande oportunidade ter a FESPA no Brasil. Os expositores ficaram extremamente felizes e isto é muito bom”.

Neil Felton, FESPA's Chief Executive Officer, frisa: “As pessoas vieram até a FESPA Brasil para buscar apoio em encontrar novas possibilidades de negócios e impressão. Temos grandes oportunidades no país. A impressão digital é muito forte e oferece vastas possibilidades de negócio. Os visitantes estão se inspirando e dizendo que as coisas vão mudar e melhorar”.

Na primeira visita ao país de Michael Ryan, FESPA's Exhibition Manager, há 10 anos, as pessoas perguntavam quando a FESPA estaria no Brasil. “E agora temos esta feira incrível! É uma grande alegria para a indústria. A FESPA não visa lucros. Ela reinveste seus

lucros na indústria, com seminários, conferências e treinamentos. Estamos falando com expositores e com a comunidade de impressão para que possamos fazer o investimento da melhor maneira possível; vemos um grande futuro para a FESPA aqui no Brasil”, e adiciona: “Desde o primeiro dia, os expositores me paravam no corredor e diziam: Michael, a feira está excelente. Todas as empresas com quem eu falei tiveram uma grande feira. O feedback foi muito positivo. Algo muito importante é que as expectativas com a FESPA já são grandes. E elas foram alcançadas no Brasil”.

De acordo com William Khabbaz, International Sales Executive da FESPA: “Tivemos um alto número de visitantes. Ouvi os expositores na feira que ressaltaram a qualificação do público. Tivemos um segmento têxtil forte. Os brasileiros estão em busca de informações e a parte de conteúdo foi interessante. Nossa política é de reinvestir todos os nossos lucros no mercado. Fazemos conferências ao redor do globo e fomentamos a indústria para gerar novas demandas de impressão. Mostrar novas máquinas, tecnologias e possibilidades. A FESPA Brasil 2016 será maior e melhor. Estamos sempre buscando novos mercados e prontos para o ano que vem”.

WRAP CUP MASTERS SERIES TEM NOVO CAMPEÃO

Outra iniciativa que contou com sua segunda edição foi o Wrap Cup Masters Series Brasil, um campeonato de envelopamento de veículos. O grande campeão foi Eduardo Chardosim Stabel, de Porto Alegre (RS), que superou na final Marcos Araújo Pereira, de Diadema (SP).

Eduardo Chardosim Stabel, que ficou muito perto do prêmio em 2013, voltou e sagrou-se o grande vencedor. Ele destacou os 18 anos de experiência como bagagem para a disputa. Para Stabel, “O dia a dia conta muito, pois trabalho com isso há muitos anos e sei que é a experiência rotineira o principal treinamento. Vou me preparar muito para o mundial, seguir trabalhando forte e ficar atento às novidades do mercado para conseguir sempre os melhores resultados”.

Adriano Medeiros, da PixelDots, reforçou a evolução dos competidores entre os dois torneios: “Ficamos impressionados com a categoria avançada dos doze competidores. Todos demonstraram um excelente preparo, cada um com seu método, e a vitória do Eduardo não foi uma surpresa, pois ele também tem um nível altíssimo. Já estamos preparando as novidades para os competidores de 2016”.





IMPRESSÃO DIGITAL EM FOCO NA EXPOPRINT DIGITAL

A ExpoPrint Digital demonstrou soluções diversas em impressão digital. Desde os softwares de pré-impressão e gerenciamento, além das infinitas possibilidades do web-2-print, passando pela impressão de dados variáveis, baixas tiragens, sob demanda, rótulos, chegando ao acabamento digital e todos os substratos que podem ser impressos, a feira foi recheada de soluções e lançamentos.

O diretor da ExpoPrint Digital e gerente de vendas da Canon, Eduardo Buck, ressalta: “A ExpoPrint Digital / FESPA Brasil foi um novo marco para a Canon no Brasil, pois em meio às incertezas da economia, continuamos a investir no Brasil. Trouxemos ao mercado gráfico brasileiro um novo portfólio de equipamentos que tem por objetivo melhorar a eficiência no uso da tecnologia de impressão sob demanda. O lançamento da imagePRESS C800/C60 para gráficas rápidas e impressão de livros sob demanda teve uma ótima repercussão e foi um dos destaques, ao lado da Océ Arizona 6170 direcionada à comunicação visual”.

O presidente da Afeigraf e diretor da Gutenberg, Klaus Tiedemann, falou sobre os resultados alcançados: “Tivemos uma visitação excelente, especialmente com público de qualidade. A ExpoPrint Digital demonstrou que a impressão digital está no foco dos investimentos do mercado de impressão. Na feira, a Gutenberg demonstrou uma solução brasileira para impressão digital transpromo, que gerou muito interesse”.

Elaine Almeida, vice-presidente da Afeigraf e gerente de marketing da Ferrostaal, salienta que a feira superou os resultados esperados: “A feira foi muito boa. Superou nossas expectativas. Vimos um público diferenciado, em busca de novidades. Muitos viram na ExpoPrint 2014 nosso produto e agora vieram com um projeto amadurecido em mente. O trabalho foi plantado e logo teremos nosso êxito”.

Para José Luis Gutiérrez, presidente da Heidelberg do Brasil, o balanço foi muito positivo: “O fluxo de visitantes e a qualidade do público realmente nos surpreenderam. Fechamos negócios na área de acabamento e os lançamentos da linha Linoprint, explorando aplicações especiais e produtos de alto valor agregado, chamaram muito a atenção do público. Temos certeza de que muitos negócios se concretizarão”, afirma.

A Sharp escolheu a ExpoPrint Digital para voltar ao Brasil com muita criatividade e interatividade. “A Sharp veio para o Brasil recentemente e este é o primeiro evento grande e de expressão no Brasil. A reação das pessoas foi algo muito positivo para nós. Quem já conhecia a marca viu que estamos de volta e com força. Apresentamos produtos e vimos a identifi-

cação do brasileiro com a marca”, avalia Marcelo Izar D'Alessio, gerente de marketing da Sharp.

O novo presidente da Ricoh Brasil, Alejandro Tomás, esteve na feira e presenciou o sucesso do estande da empresa. “Estamos muito felizes com a feira. Lançamos uma impressora digital de cinco cores e ficamos satisfeitos com a visita dos clientes e a dinâmica do estande. Está superior às expectativas que tínhamos para a feira”.

Luis Iglesias, diretor executivo de Artes Gráficas da Xerox, foi um dos palestrantes do Congresso Internacional de Comunicação Visual e Impressão Digital e fala sobre a ExpoPrint Digital: “O ponto positivo é que o índice de visitação foi acima do que esperávamos. Muitos vieram conferir as novidades. Ainda vamos colher frutos do que vimos aqui para os próximos meses dos clientes que passaram pelo estande”.

O gerente senior de revendas, distribuição e varejo da Canon, Luciano Quidicomo Neto, destacou as boas vendas durante a feira: “Estamos muito satisfeitos em mais uma participação na FESPA Brasil. Tiramos o melhor para a companhia com nossos lançamentos, como a multifuncional colorida, com grandes resultados e cerca de 10 vendas durante a feira”. Eduardo Petroni, diretor Superintendente da Canon – Océ, relatou a visão da ExpoPrint Digital, onde lançou a nova família Océ Arizona e promoveu importantes contatos. “A feira foi positiva para nós, muito mais do que esperávamos. O objetivo final foi alcançado”.

Michel Cecílio Junior, gerente de produtos Riso, destaca a ExpoPrint Digital como o lugar ideal para a Gomaq estar: “Superou as expectativas como todos os anos. O que consideramos importante é que a ExpoPrint Digital contrapõe aquela objeção sobre crise ou mesmice do mercado. Ela traz novidades. Aqui, conseguimos apresentar soluções de ponta, novos desenvolvimentos e nichos de mercado. Fazemos

uma relação de parceiro com o cliente. E esta feira permite ao cliente as possibilidades de expansão”.

A Alphaprint focou em impressão digital para esta edição da ExpoPrint Digital 2015. Hadriano Domingues, diretor de planejamento e marketing, frisa: “Em relação à feira, focamos a parte digital, em toda a cadeia de impressão digital. A visitação foi boa, o estande ficou sempre cheio. Abrimos alguns projetos e gostamos de participar da feira. O saldo é positivo, com abertura de novas oportunidades”. Dentro do estande, um dos sucessos foi a PrintOne, com as facilidades do web-2-print.

Ronaldo Arakaki, gerente de marketing e negócios da Konica Minolta, fala da satisfação da empresa em participar da feira: “Ficamos satisfeitos com o movimento do estande e também em fechamentos de negócios, foi um sucesso acima do estimado. Tivemos um retorno positivo com nossos dois lançamentos”.

O diretor da Imidia, Heberto Pachon, frisou o interesse do público pela impressão digital: “Em termos de impressão digital, vimos muitas pessoas interessadas. A feira foi bastante movimentada, com interesse real, tendo em conta as questões econômicas atuais. Tivemos boas reuniões durante a feira. Considero uma feira de muita qualidade, bem organizada, com estandes e demonstrações de alto nível”.

COMUNICAÇÃO VISUAL EM ALTO NÍVEL NA FESPA BRASIL 2015

As soluções de comunicação visual, sinalização, grandes formatos e muitos outros segmentos estiveram presentes no espaço de exposição da FESPA Bra-





sil 2015. A HP patrocinou o Congresso Internacional de Comunicação Visual e Impressão Digital e estreou com êxito na FESPA Brasil ao apresentar sua linha Látex, muito bem recebida. Edissa Furlan, gerente de comunicação e marketing da HP, destaca: “A feira foi uma grata surpresa neste primeiro ano da HP. Vimos um público interessado, de qualidade, e para nós é uma honra ter colhido os frutos na feira. Sentimos a busca por novas aplicações, com empresários que buscam a criatividade”.

Para Fábio Colello, diretor comercial da Aplike, a visitação de qualidade acima das expectativas ficou comprovada: “Nós medimos o interesse dos visitantes através de fichas de cadastro. Conseguimos um número de fichas 85% acima do esperado. Também conseguimos fechar vários negócios durante a feira”.

A Alltak trouxe o especialista mundial de veículos Justin Pate para abrilhantar a festa de seu estande. Para Alessandro Campos, “A expectativa é sempre boa por se tratar de uma feira internacional. Resolvemos em 2013 participar e esperamos os 2 anos para fazer com que ela acontecesse. E foi surpreendente. Conseguimos um ótimo resultado. Todos os dias de feira foram positivos em negócios e visitação”.

Fernando Schevz, gerente comercial da Akad, é outro profissional que destacou como ponto principal a qualidade do público: “A FESPA Brasil foi bem interessante. Fizemos muitos contatos com um público qualificado e focado, que veio realmente interessado em conhecer as tecnologias Novajet e Novacut”.

O gerente comercial da Mimaki, Danilo Ribeiro, frisou a evolução da feira: “É a segunda edição da FESPA

que participamos e vimos uma boa evolução. Assim como no primeiro evento, é um público qualificado, tomador de decisão, vindo com conhecimento e ideia de investimento”.

A evolução positiva também foi notada por Willians Lotti, product manager da Roland: “Na última edição que participamos, vimos que ela traz um público focado, e trouxe bons negócios. Nesta não foi diferente. Percebemos que o público está interessado. Com a feira, recebemos quem quer investir. O mercado está forte, como em sublimação”.

Nelson Baker Junior, coordenador comercial da Metalnox, destaca: “Participamos da feira no Brasil desde sua primeira edição. É muito importante, pois acontece em todo mundo e a edição nacional tem um destaque em comunicação visual; tivemos a chance de mostrar novas oportunidades para este mercado, tanto com sublimação como impressão direta”.

FESPA BRASIL / EXPOPRINT DIGITAL É ESPAÇO PARA LANÇAMENTOS

Muitas empresas aproveitaram a oportunidade dada pela FESPA Brasil / ExpoPrint Digital para lançarem produtos dentro dos mercados de impressão digital e comunicação visual. Novos equipamentos, softwares, serviços e substratos foram vistos pela primeira vez nos estandes dos expositores.

Um exemplo foi a Imprimax, que lançou mais de 150 novos itens de produtos na FESPA Brasil com

uma excelente receptividade, como conta a gerente comercial Luciana Ventura. “Estamos bastantes satisfeitos com os resultados obtidos e a qualidade do público que frequentou nosso estande. As pessoas estão aqui realmente em busca de fechamento de negócios, isto é extremamente interessante”. A empresa foi patrocinadora do Wrap Cup Masters Series Brasil.

O diretor técnico da FIX Impressoras, Edson Agostinho, notou que o visitante veio à procura de negócios: “Os visitantes não querem parar de investir. O lançamento de nossa tinta foi um sucesso, houve uma grande repercussão. Para nós, foi uma boa feira. Agora para colher os frutos temos que trabalhar. A FESPA Brasil nos trouxe uma boa divulgação, as pessoas vieram e nos conheceram. O retorno foi muito bom”.

Fabricio Christoff, gerente da J-Teck, destaca a qualidade e variedade do público que visitou seu estande na FESPA Brasil e conheceu seus lançamentos: “Recebemos visitas de todos os tamanhos de clientes em nosso estande, pessoas focadas que vieram para comprar e ampliar seus negócios. Temos agora para trabalhar um resultado pós-feira, com muitos contatos de gente interessada em nossas soluções. Aquela ideia do medo financeiro não foi o que vimos na FESPA Brasil. Em volume de contatos a feira foi muito boa”.

A Sign Supply, patrocinadora da Wrap Cup Masters Series Brasil, fez sucesso com sua nova logo. “O balanço é positivo pela qualificação do público que está visitando a feira. Tivemos muita procura de pessoas interessadas em maquinários e suprimentos. Isto é bastante positivo para nós”, diz Markus Runk, da área de marketing da Sign Supply.

IMPRESSÃO TÊXTIL DESTACA BOM MOMENTO E GRANDES RESULTADOS NA FESPA BRASIL 2015

A impressão digital têxtil - ou estamparia digital - foi um ponto de destaque na FESPA Brasil 2015. Empresas nacionais e internacionais expuseram suas soluções para este segmento que vem crescendo a cada ano e é uma excelente oportunidade de investimento, independente de cenários externos.

Carlos Vargas, gerente comercial da BM do Brasil, ressaltou o público qualificado e selecionado. “Eram diretores e técnicos com poder de decisão. Vimos uma boa circulação de pessoas e percebemos que todos que passaram pela feira, visitaram nosso estande. Para superar a crise, apenas trabalhando muito. Estamos em um setor - estamparia digital - muito privilegiado, que está crescendo. Hoje a BM sabe que pode apostar na feira e em 2016 estaremos novamente e com uma força ainda maior”.

A MS Printing Solutions foi patrocinadora da FESPA Brasil 2015. Para a gerente de vendas da MS, Ana Figueiredo, o saldo foi satisfatório: “Tivemos resultados positivos em expor e patrocinar a FESPA Brasil 2015. Patrocinar a feira foi importante, pois conseguimos aumentar a divulgação de nossa marca pela feira. E estaremos aqui em 2016”, conclui.

A Durst foi uma das patrocinadoras da FESPA Brasil 2015. O diretor da Durst no Brasil, Ricardo Pi,

salientou a força da feira com foco em negócios: “A FESPA Brasil tem um propósito muito interessante e posso garantir que atingimos o objetivo planejado: ela é uma feira de negócios. O público vem para fazer negócio. Trouxemos uma máquina inédita na América do Sul e tivemos muitos clientes que puderam conhecer o equipamento em funcionamento. O grande ponto é que ela é uma feira com um público focado e determinado”. A empresa apresentou suas soluções juntamente com a representante Vinilsul.

A Epson ampliou o sucesso obtido na FESPA Brasil 2013. De acordo com Evelin Wanke, especialista de produtos Epson para a linha de Grandes Formatos, “A FESPA Brasil foi muito interessante desde o primeiro dia, movimentada e com clientes bem qualificados. Já fechamos alguns negócios e o balanço é extremamente positivo, assim como a FESPA Brasil 2013, que já havia trazido bons resultados para a Epson; estávamos com boa expectativa e a feira respondeu bem a essas expectativas”. A empresa promoveu um grande trabalho na impressão têxtil, com equipamentos e patrocínio ao Digital Textile Conference.

Paolo Torricella, Area Sales Manager da Reggiani Macchine, estreou com qualidade: “É a primeira FESPA Brasil que participamos. A feira foi muito boa para a apresentação de nosso equipamento híbrido com alta velocidade”.

EXPOSITORES DE TODO O MUNDO RESSALTAM PÚBLICO FOCADO DA FESPA BRASIL / EXPOPRINT DIGITAL

Marcas conhecidas globalmente estiveram durante os quatro dias de evento na FESPA Brasil 2015 e puderam apresentar seus lançamentos a um público focado e de qualidade. Representantes e profissionais de todo o mundo participaram da iniciativa e colheram bons resultados.

Seweryn Wiciak, export manager da Opus, sentiu uma diferença positiva em relação às feiras na Europa: “Ficamos surpresos com a quantidade e o grande interesse dos visitantes da FESPA Brasil, especialmente se compararmos com as feiras da Europa. Sentimos aqui um potencial maior, com as pessoas realmente comparecendo ao estande”.

Pedro Sousa, Suporte Técnico e Especialista de Produto da Caldera, ressaltou a expansão da marca durante a FESPA Brasil 2015: “Tivemos uma visibilidade muito boa em comparação a outras feiras. Conseguimos um relacionamento com os visitantes e também com os outros expositores, em importantes negócios B2B, comprovando que é uma feira real-

mente voltada para negócios”.

Edsel Lonza Jr., diretor da LZ Consultoria, estreou na FESPA Brasil 2015 com sucesso: “Estamos surpresos com o grande sucesso da feira. Estivemos em contato com visitantes nacionais e internacionais. Para nós, o saldo foi extremamente positivo e valeu a pena a participação”, e destaca também as palestras: “A FESPA sempre se preocupa em tornar o evento educacional e o mercado brasileiro precisa muito. Para nós, foi um prazer colocar um consultor associado falando sobre um tema específico. Tivemos um retorno do público e pretendemos fazer ainda mais”.

Rogério Pinho, da AlphaGraphics, fala do balanço da empresa na feira: “Estivemos nas últimas edições da feira e esta foi uma das melhores que já participamos, com o estande cheio o tempo todo. O público veio para fazer negócios e no nosso caso foi muito positivo. A impressão 3D chamou muito a atenção”.

O coordenador de marketing da ZAP, Gustavo Varella, relata: “Tivemos um fluxo muito bom de clientes em nosso estande que estão dentro de nosso foco de atuação. Conseguimos interagir com prospects e clientes de uma forma muito boa. O relacionamento foi positivo e esperamos agora aumentar nossa participação de mercado em São Paulo e em todo o Brasil”.

O diretor comercial da 4rag, Helio Oliveira, frisa sua estreia na feira: “Achei bastante interessante, me surpreendeu positivamente. Tivemos um retorno, com uma grande procura no estande por produtos e serviços oferecidos. Meu balanço é muito positivo em relação ao que imaginávamos”.

Andrea Costa apresentou a plataforma Isidora: “O Isidora participa da terceira feira ExpoPrint e novamente foi muito produtivo. O público estava interessado e gostou muito desta solução web-2-print”. Pela OKI, o gerente de marketing Marcelo Cerri destaca: “Trouxemos nossos equipamentos com toner branco. Tivemos uma grande recepção do produto, com muita gente interessada. As pessoas adoraram nossos produtos e bons negócios vão sair daqui”.

DIVERSIDADE DE POSSIBILIDADES

Para quem queria ampliar seus negócios ou conhecer soluções que facilitassem sua rotina nas empresas, a FESPA Brasil / ExpoPrint Digital atendeu plenamente todas as necessidades. Os estandes apresentaram uma variedade de serviços e soluções, englobando de fato toda a cadeia de impressão.

Ricardo Ottolia, responsável pela área comercial da Endutex, afirma: “Posso dizer com muita satisfação que o balanço foi muito positivo. Surpreendeu e

superou as expectativas. Um público realmente focado, voltado a negócios, que veio em busca de novidades e produtos diferenciados. E a Endutex ofereceu a estes visitantes algo especial”.

O CEO da Cotaprint, Thiago Cid, conseguiu divulgar seu site de cotações gráficas para os visitantes: “A feira foi muito bacana para nós. Queríamos divulgar nosso site para os empresários gráficos e também aos clientes finais e conseguimos. Recebemos em nosso estande um público variado e conseguimos fazer muitos cadastros”.

O diretor comercial da Vitor Ciola, José Eduardo Ciola, ressaltou o bom movimento: “Tivemos um bom movimento em nosso estande. Viemos pela terceira vez na feira - desde 2011 na Digital Imaging - e sempre vemos pessoas interessadas e que querem investir. A organização novamente foi muito boa”. Quem também demonstrou entusiasmo foi Luciano Santana, diretor comercial da Mettallforma, que apresentou sua solução de corte laser: “A feira foi melhor do que o esperado em relação a negócios, acima de nossas expectativas”.

PÚBLICO QUALIFICADO E PRONTO PARA INVESTIR

A FESPA Brasil / ExpoPrint Digital é conhecida no mercado por ser uma feira que recebe o público certo: o empresário tomador de decisão, pronto para fechar negócios e investir em soluções que irão transformar suas empresas. Durante a feira, estes visitantes conheceram os expositores, trocaram contatos e já concluíram negociações relevantes. No total, foram 14236 visitantes de todas as regiões do Brasil e também de outros países.

A empresária no ramo têxtil, Teodomiria Ribeiro de Moraes, veio de Salvador (BA). Com interesse de ingressar em comunicação visual, aprovou as soluções: “Gostei muito, há muitas opções e novidades. A tecnologia está ajudando bastante em nossa atividade e fiquei impressionada com o que vi. Já peguei alguns contatos para depois negociar”.

O gerente comercial Santiago Francisco da Silva, de Mogi das Cruzes (SP), quis conhecer de perto os lançamentos: “Atuo em uma revenda e visitei a feira com o objetivo de conhecer as impressoras de grande formato, pois estamos conseguindo clientes neste segmento. E a feira está muito boa para quem atua com grandes formatos. Chamou bastante atenção com novidades”.

Herick Ghenov, empresário de Guarulhos (SP), participou para buscar oportunidades de investimento: “Além das tendências em novas tecnologias, quero saber o que há de novidade no mercado e estudar no-

vos investimentos para poder atender uma demanda maior de clientes. A cada dia o cliente se preocupa mais em comunicação visual. Até dentro de suas residências as pessoas estão usando impressão, como na decoração. Nos preocupamos em atender a demanda atual. E se tem demanda, tem investimento”.

O empresário Gelne Nascimento Sousa, de Capim Grosso (BA), fala de sua impressão com a FESPA Brasil 2015: “É completa, com muita novidade. Encontrei tudo o que procurava. Foi positivo vir até aqui, me atendeu bem. E já vou me programar para vir ano que vem”.

O estudante de Design Gráfico, de Caieiras (SP), Guilherme Cândido da Silva, veio conhecer soluções diferenciadas: “Estamos produzindo uma revista e viemos conferir soluções de produção gráfica. Queremos saber mais sobre impressão e suprimentos. Foi muito interessante ver a diversidade de papéis e a qualidade de impressão. A visita valeu muito”.

Joyce Silva Fonseca, gerente comercial de vendas de Belo Horizonte (MG), aproveitou a feira para fazer contatos. “Trabalhamos com comunicação visual e sublimação. Vim buscar clientes e oferecer nosso trabalho. Vi um pessoal próprio deste segmento. Era o que a gente procurava. Trocamos cartões e contatos, foi excelente”.

Otávio Aguiar, São Paulo (SP), é diretor no ramo gráfico. “É a primeira vez que visito a feira. Foi interessante, pois há uma gama enorme em tipos de serviços e produtos, como maquinário e suprimentos. Abre um leque para quem trabalha no ramo”.

Mariano Vasquez é empresário no Chile e veio com seu sócio para realizar investimentos: “Viemos ao Brasil para ampliar nossas possibilidades de negócios. Queremos um equipamento de impressão digital para rodar juntamente com nossas máquinas offset e oferecer algo mais para os clientes”.

Luis Ortiz Montero reside no Peru e voltou ao Brasil para concretizar seus planos: “Vim no ano passado na ExpoPrint 2014 e desde então estudei qual seria opção para a minha empresa. Agora será o momento de investir no equipamento escolhido”.

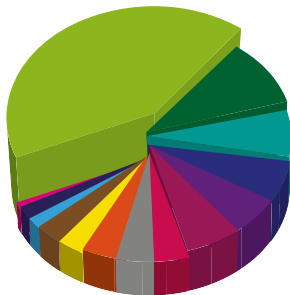
Outro visitante sulamericano foi Matias Hurtado, do Uruguai: “Estou sempre visitando as feiras para conhecer as tendências de impressão. E o que eu vi aqui na FESPA Brasil me impressionou bastante. Me interessei muito por impressão digital têxtil”.

A ExpoPrint Digital e a FESPA Brasil seguem divulgando as novidades dos mercados de impressão digital e comunicação visual em seus canais na internet. Acesse os sites expoprintdigital.com.br e fespabrasil.com.br, curta as páginas [facebook.com/expoprintdigital](https://www.facebook.com/expoprintdigital) e [facebook.com/fespabrasil](https://www.facebook.com/fespabrasil) e siga no Twitter: [@expoprintdigi](https://twitter.com/expoprintdigi) e [@FespaBrasil](https://twitter.com/FespaBrasil).

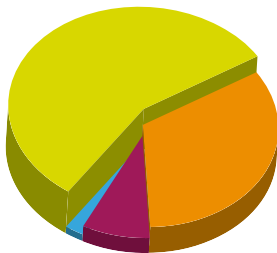


ENGLISH

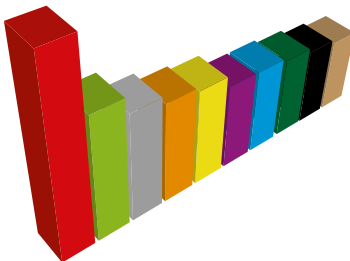
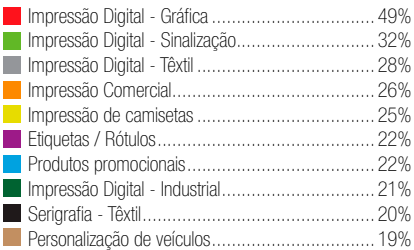
FESPA BRASIL / EXPOPRINT DIGITAL
REINFORCES PRESENCE IN THE COUNTRY AND
ANNOUNCES ANNUAL EDITION



QUAL SUA PARTICIPAÇÃO NO
PROCESSO DE COMPRA?



AS 10 CATEGORIAS MAIS FREQUENTES NO
PÚBLICO DA FESPA BRASIL / EXPOPRINT
DIGITAL 2015:



FESPA Brasil / ExpoPrint Digital 2015 confirmed itself as the first major business exhibition of the year in the digital printing and visual communication sectors. The exhibition, held between March 18 and 21 in the White Pavilion (Pavilhão Branco) of Expo Center Norte, exceeded expectations showcasing brand new features.

During the four days of the exhibition, there were 14,236 unique visitors. The figures illustrate the huge success of FESPA Brasil / ExpoPrint Digital 2015. Compared to the 2013 edition, there was an 8% increase in unique visitors.

In order to accommodate the major national and international brands, the exhibition area was increased by 8%. There were 12% more exhibitors than in 2013 — and an even greater increase in brands on display: this year’s event saw 439 brands represented.

Reinforcing the proposal put forward by FESPA and APS from the inaugural exhibition, to reinvest in the market in order to increase its professionalization and to create printing demand and sustainable business, two free conferences took place during the exhibition; the International Digital Printing Congress and the Digital Textile Conference, which are already established in other parts of the world, but were held for the first time in Brazil. Both were an enormous success, with a total of 496 participants.

Since 2011, APS and FESPA have been studying the market with a view to offering the perfect

solution for exhibitors and visitors. Therefore, it was decided to hold the exhibition at the beginning of the year, and bolster its position as the first opportunity of the year to generate business and seek new opportunities. This initiative began in March 2013, reinforcing its brand in 2015 and now, in order to meet the market demands, the exhibition will be held annually with 2016’s show confirmed for April 6 - 9.

FESPA Brasil & ExpoPrint Digital 2016 will be bigger than ever as the show will be co-located with Brasil Label; an event also sponsored by APS Feiras and FESPA aimed at growing the label printing market.

APS FEIRAS
ENDORSES
THE VARIETY
OF SOLUTIONS
PRESENTED

For Alexandre Keese, Director of APS Feiras, “The bottom line is as positive as possible. At FESPA Brasil / ExpoPrint Digital 2015, we welcomed printers from all over the country. They are entrepreneurs seeking new investments, technologies, and business opportunities. And everything was found here.”

Keese emphasizes the educational and technological side of the exhibition: “We had a series of

lectures on technology, management, and opportunities. The exhibitors showcased technologies in software, hardware, management, and inputs, so that all the visual communication, digital printing, and clothing solutions were fully covered within the exhibition. The entrepreneurs left the pavilion with ideas and thinking about how many projects they can develop.”

The director of APS Feiras finished by highlighting the strong sectors and the new features for next year: “We had a strong textile area, with printing on fabric generating new opportunities for products and business associated with clothing. We also presented sublimation, visual communication, and quick short runs; in short, we managed to cover all the new industry developments. For 2016, we are planning an even more memorable exhibition, with even more outstanding content. We will add more areas (e.g., related to labels) as well as a series of seminars and other activities”.

CONGRESSES AT
FESPA BRASIL

In 2015, FESPA Brasil promoted the second edition of the International Congress for Visual Communication and Digital Printing. As in its first year, the initiative was very successful. For three days, the auditorium was filled with entrepreneurs seeking tips and techniques passed on by re-

nowned experts from around the world; providing a unique learning opportunity.

Within the International Congress for Visual Communication and Digital Printing, the first Debate of Market Strategies for Visual Communication in Brazil was held. The partnership between APS, FESPA, and the magazine GF brought positive results. Mediated by the editor of GF, Luciana Andrade, an expert in the visual communication segment, five entrepreneurs from different parts of Brazil — Fortaleza, Curitiba, São Paulo, Porto Alegre, and Cuiabá — reported experiences, opinions, methods, and techniques to the public. Topics covered included: market niches, technology, business development, work with employees, the impact of the economy, the search for added value, projects in new areas, the future of visual communication, and much more. The public participated by asking questions and conveying their aspirations regarding the market.

The novelty at FESPA Brasil 2015 was the Digital Textile Con-

ference. The event highlighted digital textile printing, which is booming in Brazil and around the world, generating high demand for printing. Throughout the day, entrepreneurs and experts in the field talked about techniques, processes, history, and other points. Representatives of APS Feiras and FESPA highlighted the importance given to returning the profits to education for the market, as well as the concern for generating print demand.

Ricardo Pi, director of Durst in Brazil, was one of the speakers at the Digital Textile Conference São Paulo: “During the congress, we were able to share with local audience something that has been going from strength to strength in Europe and the United States: the use of fabric for visual communication in large formats. We compared the difference in terms of cost and the benefits of soft signage. We demonstrated this possibility to the participants.”

The commercial manager of Global Química & Moda, Felipe Simeoni, highlights their presence at FESPA Brasil and the sponsor-

ship of the Digital Textile Conference: “We had a very qualitative participation. It was with great pleasure that we received our main clients at our stand, from large industries around the country. Global Química & Moda is a reference in the textile segment and we administered four lectures. We shared knowledge and market experience. We had a day focused on the textile segment and we were able to take away content and market references.”

FESPA EXECUTIVES CELEBRATE RESULTS OF FESPA BRASIL

During FESPA Brasil 2015, the executives of FESPA in Europe were at Expo Center Norte and saw up close the increasing strength of the brand in the country with the second edition of the exhibition.

The president of FESPA, Lascelle Barrow, reports: “The exhibition was fantastic. It is absolutely incredible the number of people who came this year. Every day it was crowded. People stay the whole day at the exhibition. It is a great opportunity to have FESPA in Brazil. The exhibitors were extremely happy and this is very good.”

Neil Felton, FESPA’s CEO, says: “People came to FESPA Brasil to seek support in finding new business and printing possibilities. We have great opportunities in this country. Digital printing is very strong and offers extensive business opportunities. The visitors are inspiring themselves and saying that things will change and improve.”

On his first visit to the country, ten years ago, Michael Ryan, FESPA’s Exhibition Manager, was asked when FESPA would come to Brazil. “And now we have this amazing exhibition! It is a great joy for the industry. FESPA does not seek profits. It reinvests its profits in the industry, with seminars, conferences, and training ses-

sions. We are talking with exhibitors and the printing community so that we can invest in the best possible way. We see a great future for FESPA here in Brazil”, and he adds: “From day one, the exhibitors stopped me in the corridor and said: Michael, the exhibition is excellent. All the companies with whom I spoke had a great exhibition. The feedback was very positive. Something very important is that the expectations of FESPA are already big. And the expectations were fulfilled in Brazil.”

According to William Khabbaz, International Sales Executive of FESPA: “We had a high number of visitors. I heard the exhibitors at the exhibition who highlighted the quality of the public. We had a strong textile segment. Brazilians are seeking information and the content part was interesting. Our policy is to reinvest all our profits in the market. We do conferences around the globe and foster the industry in order to generate new printing demand, as well as to show new machines, technologies, and possibilities. FESPA Brasil 2016 will be bigger and better.

We are always looking for new markets and we are ready for next year.”

WRAPCUP MASTERS SERIES HAS A NEW CHAMPION

Another feature that celebrated its second edition was the WrapCup Masters Series Brasil; a vehicle wrapping championship. The champion was Eduardo Chardosim Stabel, from Porto Alegre (RS), who triumphed over Marcos Araújo Pereira, from Diadema (SP), in the tense final.

Eduardo Chardosim Stabel, who came close to winning in 2013, came back this year and was crowned the champion. He attributed his success to 18 years of experience. For Stabel, “the day-to-day is very important, because I have been working in this industry for many years and I know that practice is imperative. I will prepare myself well for the world





championship, keep working hard, and to be aware of the innovations in the market, in order to always achieve the best results.”

Adriano Medeiros, of Pixel-Dots, highlighted the progress shown from the competitors between the 2013 and 2015: “We were impressed with the advanced category of the twelve competitors. They all showed excellent preparation, each one with a unique method, and Eduardo’s victory was not a surprise, because he is at a very high level. We are already preparing new things for the 2016 competitors!”

DIGITAL PRINTING IN FOCUS AT EXPOPRINT DIGITAL

ExpoPrint Digital demonstrated several solutions in digital printing. From prepress and management software, as well as the infinite possibilities of web-2-print, passing through variable data printing, small runs, on-demand, labels, through to digital finishing

and all the substrates that can be printed, the exhibition was full of solutions and releases.

The Director of ExpoPrint Digital and Sales Manager at Canon, Eduardo Buck, says: “ExpoPrint Digital / FESPA Brasil was a new milestone for Canon in Brazil, because amid the uncertainty of the economy, we have continued to invest in Brazil. We brought a new portfolio to the Brazilian printing market of equipment which aims to improve efficiency in the use of on-demand printing technology. The launch of the imagePRESS C800/C60 for quick printers and the printing of on-demand books had a great response and was one of the highlights, alongside the Océ Arizona 6170 aimed at visual communication.”

The President of Afeigraf and Director of Gutenberg, Klaus Tiedemann, spoke about the results achieved: “We had excellent visit, especially with the quality of visitors. ExpoPrint Digital demonstrated that digital printing is the focus of the investments in the printing market. At the exhibition, Gutenberg demonstrated a Brazilian solution for digital transpromo printing, which generated a lot of

interest.”

Elaine Almeida, Vice President of Afeigraf and Marketing Manager at Ferrostaal, points out that the exhibition exceeded the expected results: “The exhibition was very good. It exceeded our expectations. We saw a different public, in search of innovations. At ExpoPrint 2014 many saw our product and now this year they have come to us with an actual project in mind. The seed was planted and soon we will have our result.”

For José Luis Gutiérrez, President of Heidelberg Brazil, the bottom line was very positive: “The flow of visitors and the quality of the public really surprised us. We confirmed some business in the area of finishing, and the launches of the Linoprint line, which explore special applications and products with high added value, really drew the public’s attention. We are sure that a lot of business will materialize from this”, he says.

Sharp chose ExpoPrint Digital to return to Brazil with a lot of creativity and interactivity. “Sharp came to Brazil recently and this is the first major expressive event in the country. The reaction of the people was very positive for us.

Those who already knew the brand saw that we are back with a force. We presented products and saw how Brazilians identify with the brand”, says Marcelo Izar D’Alessio, Marketing Manager at Sharp.

The new president of Ricoh Brasil, Alejandro Tomás, participated at the exhibition and witnessed the success of the company’s stand. “We are very happy with the exhibition. We launched a five-color digital printer and we were pleased with the visits from the clients and the dynamic of the stand. The expectations we had for the show were surpassed.”

Luis Iglesias, Executive Director of Graphic Arts at Xerox, who was one of the speakers at the International Congress for Visual Communication and Digital Printing, talked about ExpoPrint Digital: “The positive point is that the visitation rate was higher than we expected. Many came to see the new innovations. We will reap the fruits of what we saw here in the coming months, from the customers who visited the stand.”

The Senior Manager for Resales, Distribution, and Retail at Canon, Luciano Quidicomo Neto, highlighted the good sales during the exhibition: “We are delighted to have once again participated at FESPA Brasil. We got the best out of it for the company with our new launches, including a color multifunctional printer, with great results and about 10 sales during the exhibition.” Eduardo Petroni, Superintendent Director at Canon-Océ, reported the vision of ExpoPrint Digital, where the new Océ Arizona family was launched and important contacts were made. “The exhibition was positive for us, much more than we had expected. The ultimate goal was achieved.”

Michel Cecílio Junior, Product Manager at Riso, highlighted ExpoPrint Digital as the ideal place for Gomaq to be: “It exceeded expectations like every other year. What we consider to be important is that ExpoPrint Digital counters that objection about crisis or market flatness. It brings new things. Here, we can provide cutting-edge solutions, new developments, and market niches. We develop a partner relationship with the customer. And this exhibition enables expansion possibilities for the customer.”

Alphaprint focused on digital printing for ExpoPrint Digital 2015. Hadriano Domingues, Planning and Marketing Director, says: “In relation to the exhibition, we focused on the digital part, across the chain of digital printing. Visitation was good, the stand was always full. We opened some projects and enjoyed participating in the exhibition. The bottom line is positive, with the development of new opportunities.” Inside the stand, one of the successes was PrintOne, with the facilities of web-2-print.

Ronaldo Arakaki, Marketing and Business Manager at Konica Minolta, talks about the company’s satisfaction in participating in the exhibition: “We were pleased with the attendance at the stand and also





with the deals closed, it was more successful than we had estimated. We had a positive return with our two launches.”

The director of Imidia, Hebert Pachon, stressed the public interest in digital printing: “In terms of digital printing, we saw many interested people. The exhibition was a busy one, with real interest, despite the current economic issues. We had good meetings during the exhibition. I consider it to be an exhibition of great quality, well-organized, with stands and demonstrations of a high level.”

HIGH-LEVEL VISUAL COMMUNICATION AT FESPA BRASIL 2015

The visual communication solutions, signage, large formats, and many other segments were present at FESPA Brasil 2015. HP sponsored the International Congress for Visual Communication and Digital Printing and successfully debuted at FESPA Brasil, presenting its Latex line, which was very well received. Edissa Furlan, Communication and Marketing Manager at HP, highlights: “The exhibition was a pleasant surprise in this first year for HP. We saw an

interested quality public, and for us it is an honor to have reaped the fruits at the exhibition. We felt there was a strong demand for new applications, with entrepreneurs seeking creativity.”

For Fábio Colello, Commercial Director at Aplike, the quality visitation above expectations was proven: “We measured the interest of the visitors through registration forms. We made a great deal of contacts, 85% higher than expected. We also managed to close several deals during the exhibition.”

Alltak invited one of the world experts in vehicles, Justin Pate, to honor their stand. For Alessandro Campos, “Expectations are always high because it is an international exhibition. In 2013, we decided we wanted to participate, and we waited 2 years to make it happen. And it was amazing. We achieved a great result. Every day of the exhibition was positive for business and visitation.”

Fernando Schevz, Commercial Manager at Akad, is another professional who highlighted the quality of the public as the highlight: “FESPA Brasil was very interesting. We made many contacts with a qualified and focused audience, who came with a real interest in getting to know the Novajet and Novacut technologies.”

The Commercial Manager at Mimaki, Danilo Ribeiro, emphasized the growth of the exhibition: “It’s the second edition of FESPA in

which we have participated and we have seen a good evolution. As in the first event, 2015 was a qualified decision-making audience, who were knowledgeable and intended investing.”

The positive expansion was also noted by Willians Lotti, Product Manager at Roland: “In the last issue in which we participated, we saw that it brings a focused public, and it brought good business. This year was no different. We perceived that the public is interested. Through the exhibition, we welcomed those who wanted to invest. The market is strong, as it is for sublimation.”

Nelson Baker Junior, Commercial Coordinator at Metalnox, highlights: “We have participated in the exhibition in Brazil since its first edition. It is very important, because it is an international show and this national edition focuses on visual communication. We had the chance to showcase new opportunities to the market, both with sublimation and direct printing.”

FESPA BRASIL / EXPOPRINT DIGITAL IS THE SPACE FOR LAUNCHES

A great deal of companies took advantage of the opportunity

given by FESPA Brasil / ExpoPrint Digital to launch products within the digital printing and visual communication markets. New equipment, software, services, and substrates were seen for the first time.

One example was Imprimax, which launched more than 150 new product items at FESPA Brasil which was well received, as Commercial Manager Luciana Ventura reports. “We are very pleased with the results obtained and the quality of the visitors that frequented our stand. The people here are really looking to do business, which is extremely interesting. “The company sponsored the WrapCup Masters Series Brasil.

The Technical Director at FIX Impressoras, Edson Agostinho, noted that visitors came looking for to do business: “The visitors do not want to stop investing. The launch of our ink was a success, there was a big impact. For us, it was a good exhibition. Now, in order to reap the rewards we have to work. FESPA Brasil brought us good publicity; customers came and got to know us. The return was very good.”

Fabricio Christoff, manager of J-Teck, highlights the quality and variety of the public that visited the company’s stand at FESPA Brasil and got to know their launches: “We received visits from all types of customers at our stand, focused people who came to buy and expand their business. As many

contacts were interested in our solutions, we now have to follow up these leads to get results. That notion of financial anxiety was not apparent at FESPA Brasil. In terms of volume of contacts made, the exhibition was very good.”

SignSupply, a sponsor of the WrapCup Masters Series Brasil, had success with its new logo. “The bottom line is positive because of the quality visitors that attended. We had a great deal of demand from people interested in machinery and supplies. This is very positive for us”, says Markus Runk, from the marketing department of SignSupply.

TEXTILE PRINTING HIGHLIGHTS THE GOOD MOMENTUM AND GREAT RESULTS AT FESPA BRASIL 2015

Digital textile printing was a major highlight at FESPA Brasil 2015. National and international companies presented their solutions for this ever-expanding sector and is an excellent investment opportunity, irrespective of the economic situation.

Carlos Vargas, Commercial

Manager at BM do Brasil, highlighted the qualified and focused industry professionals. “Visitors included directors and technicians with decision-making power. We saw a good flow of people and realised that all who passed through the exhibition visited our stand. To overcome the economic crisis, one needs to just work hard. We are in an industry — digital imprinting — that is very privileged, because it is growing. Today, BM knows it can count on the this exhibition, and in 2016 we will be back again even stronger.”

MS Printing Solutions was a sponsor of FESPA Brasil 2015. For the Sales Manager at MS, Ana Figueiredo, overall it was great: “We had positive results in exhibiting as well as sponsoring FESPA Brasil 2015. Sponsoring the exhibition was important, because we managed to increase the dissemination of our brand through the exhibition. And we will be here in 2016”, she concluded.

Durst was one of the sponsors of FESPA Brasil 2015. The director of Durst in Brazil, Ricardo Pi, stressed the strength of the exhibition with a focus on business: “FESPA Brasil has a very interesting purpose and I can guarantee that we reached the planned objective: it is a business exhibition. The public comes to do business. We brought a machine that was unknown in South America and we had many clients who were

able to see the equipment operating. The main point is that it is an exhibition with a focused and determined audience.” The company presented its solutions alongside its representative, Vinilsul.

Epson amplified their success obtained at FESPA Brasil 2013. According to Evelin Wanke, a specialist in Epson products for the Large Format line, “FESPA Brasil was very interesting from day one, busy and with well-qualified customers. We have already confirmed some business and the conclusion is extremely positive, just like with FESPA Brasil 2013, which had already proved beneficial for Epson. We had high expectations and the exhibition has responded well to these expectations.” The company heavily promoted textile printing, with equipment and sponsorship of the Digital Textile Conference.

Paolo Torricella, Area Sales Manager at Reggiani Macchine, debuted with quality: “It is the first FESPA Brasil in which we have participated. The exhibition was very good for the presentation of our high-speed hybrid equipment.”

EXHIBITORS FROM AROUND THE WORLD HIGHLIGHT THE FOCUSED PUBLIC AT FESPA BRASIL / EXPOPRINT DIGITAL

Globally renowned brands were present during the four days of FESPA Brasil 2015, and they were able to present their releases to a well-qualified public. Representatives and professionals from around the world participated and saw good results.

Seweryn Wiciak, Export Manager at Opus, felt a positive difference in relation to the exhibitions in Europe: “We were surprised by the amount and the big interest of the visitors to FESPA Brasil, especially when compared with the exhibitions in Europe. Here we felt a greater potential, with the people actually making an appearance at the stand.”

Pedro Sousa, Technical Support and Product Specialist at Caldera, highlighted the expansion of the brand during FESPA Brasil 2015: “We had very good visibility in comparison with other exhibitions. We managed to form a relationship with the visitors and also with other exhibitors, in important B2B business, proving that it is an exhibition really dedicated to business.”

Edsel Lonza Jr., Director of LZ Consulting, successfully debuted at FESPA Brasil 2015: “We were surprised by the great success of the exhibition. We received a number of leads from both national and international visitors. For us, the show was extremely positive and the participation was well worth it”, and he also highlighted the seminars: “FESPA is always concerned with making the event educational, and the Brazilian market really needs this. It was a pleasure for our associate to host one of the sessions and we had a lot of feedback which was positive and we intend to do even more.

Rogério Pinho, from Alpha-Graphics, talks about the company’s success at the exhibition: “We have been present in the past editions of the exhibition, and this was one of the best that we have participated in, with our stand full the whole time. The public came to do business and for us this was very positive. The 3D printing drew a lot of attention.”

Marketing Coordinator at ZAP, Gustavo Varella, reports: “At our stand we had a very good flow of key customers. We managed to

interact very well with existing and prospect and customers. We now hope to increase our market share in São Paulo and throughout Brazil.”

The Commercial Director at 4rag, Helio Oliveira, stresses their debut at the exhibition: “I found it to be quite interesting, I was positively surprised. We received high interest, with a lot of traffic to our stand for the products and services offered. My overall impression is a very positive in relation to what we had imagined.”

Andrea Costa presented the Isidora platform: “Isidora is participating in the third ExpoPrint exhibition, and once again it was very productive. The public was interested and really liked this web-2-print solution. The Marketing Manager at OKI, Marcelo Cerri, highlights: “We brought our equipment with white toner. The product was very well received, with lots of people interested. The people loved our products which will result in good business.”

DIVERSITY OF POSSIBILITIES

For those who wanted to expand their business or to discover solutions that improved their company’s portfolio, FESPA Brasil / ExpoPrint Digital fully met all the needs. The stands had a variety of services and solutions, encompassing key sectors throughout the print chain.

Ricardo Ottolia, who is responsible for the commercial area of Endutex, states: “I can say with great satisfaction that the show was very positive overall. It surprised and exceeded expectations. A really focused public, with an eye on business, who came in search of new things and different products. And Endutex offered something special to these visitors.”

The CEO at Cotaprint, Thiago Cid, managed to promote their graphic quotations website to visitors: “The exhibition was very good for us. We wanted to promote our website to printing entrepreneurs and end users alike, and we managed to do this. In our stand we received a varied selection of visitors and we received many leads.”

The Commercial Director at Vitor Ciola, José Eduardo Ciola, emphasised the good attendance: “Our stand was busy. This was the third time we have come to the exhibition — since 2011 for Digital Imaging — and we always see interested people who want to invest. Once again the organization was very good.” Also showing enthusiasm was Luciano Santana, Commercial Director at Mettalforma, who presented its laser cutting solution: “The exhibition was better than expected in terms of business, surpassing our expectations.”

QUALIFIED PUBLIC THAT IS READY TO INVEST

FESPA Brasil / ExpoPrint Digital is known in the market for being an exhibition that attracts the right public: decision-making entrepreneurs, ready to do business and invest in solutions that will transform their companies. During the exhibition, these visitors got to know the exhibitors, exchanged contacts, and have already completed relevant negotiations. In total, there were 14,236 visitors from all regions of Brazil and also from other countries.

An entrepreneur in the textile field, Teodomiría Ribeiro de Moraes, came from Salvador (BA). With an interest in entering into visual communication, he approved of the solutions: “I really enjoyed it, there are many options and in-

novations. The technology is helping a lot in our business and I was impressed with what I saw. I got some contacts for me to contact later on.”

Commercial manager Santiago Francisco da Silva, from Mogi das Cruzes (SP), wanted to see the releases up close: “I work in a resale outlet and I visited the exhibition in order to get to know the large format printers, given that we are getting customers in this segment. The exhibition is very good for those who work in large format. The new products were really notable.”

Herick Ghenov, an entrepreneur from Guarulhos (SP), participated in order to seek investment opportunities: “Besides the trends in new technologies, I wanted to know what’s new in the market and study new investments in order to meet the increased customer demand. With each day that passes, the customer is becoming more concerned with visual communication. Even inside their homes, people are using printing; for example, in decoration. We are concerned with meeting that demand. And where there is demand, there is investment.”

The entrepreneur Gelne Nascimento Sousa, from Capim Grosso (BA), talks about his impression of FESPA Brasil 2015: “It is a well-rounded show, with many new product innovations. I found everything I was looking for. It was a positive experience coming here, it served me well, and I am already scheduling to come next year.”

Student of Graphic Design, from Caieiras (SP), Guilherme Cândido da Silva, came to get to know different solutions: “We are producing a magazine and we came to check out graphic production solutions. We want to know more about printing and supplies. It was very interesting to see the diversity of paper and the print quality. The visit was well worth it.”

Joyce Silva Fonseca, a commer-

cial sales manager from Belo Horizonte (MG), took advantage of the exhibition to make contacts. “We work with visual communication and sublimation. I came in search of customers and to offer our work. I saw people specifically from this segment. It was what we were looking for. We exchanged cards and contacts, which was excellent.”

Otávio Aguiar, from São Paulo (SP), is a director in the printing industry. “It’s the first time I have visited the exhibition. It was interesting because there is a huge range of services and products, as well as machinery and supplies. It opens up a wide range of possibilities for those working in the industry.”

Mariano Vasquez is an entrepreneur from Chile and came with his business partner in order to invest: “We came to Brazil to expand our business possibilities. We want digital printing equipment to run alongside our offset presses, in order to offer something more to customers.”

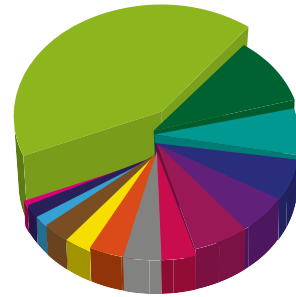
Luis Ortiz Montero resides in Peru and returned to Brazil to fulfill his plans: “I came last year to ExpoPrint 2014 and since then I have been studying what would be the best option for my company. Now is the time to invest in the chosen equipment.”

Another South American visitor was Matias Hurtado, from Uruguay: “I’m always visiting the exhibitions in order to learn about the printing trends. And what I saw here at FESPA Brasil impressed me very much. I am very interested in digital textile printing.”

ExpoPrint Digital and FESPA Brasil continue spreading news related to the digital printing and visual communication markets on their internet channels. Visit the websites expoprintdigital.com.br and fespabrasil.com.br, “like” the pages facebook.com/expoprintdigital and facebook.com/fespabrasil, and follow on Twitter: [@expoprintdigi](https://twitter.com/expoprintdigi) and [@FespaBrasil](https://twitter.com/FespaBrasil).

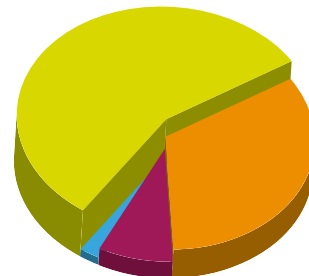


OWNER	42%
DIRECTOR / GENERAL MANAGER	10%
Designer	7%
Sales	6%
Other	6%
Manager - Sales.....	6%
Manager - Production	4%
Production.....	4%
Research & Development	4%
Student.....	3%
Buyer.....	3%
Manager - Marketing.....	2%
Marketing.....	2%
Professor.....	1%



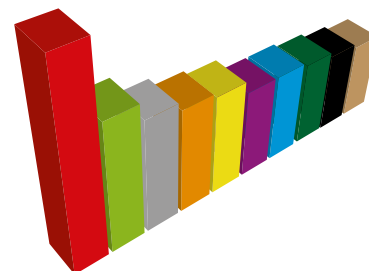
WHAT IS YOUR PURCHASING AUTHORITY?

Final decision	56%
Recommend / Research.....	33%
None	8%
Other	2%



MAIN SEGMENTS REPRESENTED AT FESPA BRASIL 2015:

Digital printing - Graphics	49%
Digital printing - Signage.....	32%
Digital printing - Textiles	28%
Commercial printing	26%
T-Shirt printing.....	25%
Decals / Labels	22%
Promotional products	22%
Digital printing - Industrial	21%
Screen printing - Textiles.....	20%
Vehicle graphics	19%



WWW.FESPABRASIL.COM.BR
WWW.EXPOPRINTDIGITAL.COM.BR

PARCEIRO DE SOLUÇÕES SOLUTIONS PARTNER



PATROCÍNIO CONGRESSO INTERNACIONAL IMPRESSÃO DIGITAL:



PATROCÍNIO DIGITAL TEXTILE CONFERENCE:



PATROCÍNIO WRAP CUP MASTER SERIES:



REALIZAÇÃO E ORGANIZAÇÃO ORGANIZED BY





RESERVE AGORA SEU ESPAÇO:
BOOK YOUR BOOTH:

WWW.FESPABRASIL.COM.BR
WWW.EXPOPRINTDIGITAL.COM.BR

NÓS SABEMOS COMO ATRAIR UM PÚBLICO ESPECIALIZADO PARA SUA EMPRESA CAPTAR 'LEADS' DE QUALIDADE.

WE KNOW HOW TO DRAW A SPECIALIZED AUDIENCE
FOR FESPA BRASIL AND EXPOPRINT DIGITAL

6 A 9 DE ABRIL 2016

EXPO CENTER NORTE | PAVILHÃO BRANCO

APRIL, 6TH - 9TH, 2016 / EXPO CENTER NORTE | WHITE HALL | SAO PAULO | BRAZIL

PARCEIRO DE SOLUÇÕES SOLUTIONS PARTNER



REALIZAÇÃO E ORGANIZAÇÃO ORGANIZED BY

