


Organizado por  
**pressgraph**

**graphispag**  
**2024**   
Pabellón 2  
STAND A85  
¡TE ESPERAMOS!

# THE PRINTER'S HOUSE

“Descubre los valores del producto impreso”

 Un proyecto de la revista *pressgraph* en el marco de *Graphispag 2024* con un formato inédito que favorece la relación entre diseñadores, proveedores e impresores.

 Un *networking* para generar nuevas oportunidades de negocio, impulsar el producto impreso, desarrollar proyectos, aprender sobre nuevas técnicas de impresión y tocar aplicaciones de primera mano.

 *Workshops* en forma de talleres para impulsar los valores del producto impreso.

## TRES ESPACIOS DIFERENTES:

- Un espacio para aprender  
**EL TALLER DEL CONOCIMIENTO**

A través de jornadas en forma de conferencias, entrevistas y mesas redondas, se pondrán de manifiesto las tendencias de comunicación y de los cambios socioculturales que estamos viviendo.

- Una incubadora donde innovar  
**EL TALLER DE LA INNOVACIÓN**

Es el lugar donde el producto impreso demuestra sus valores. Verás y tocarás aplicaciones para decoración de interiores, impresión textil, rotulación, escaparatismo, personalización, etc.

- Y un mundo de materiales  
**EL TALLER DE LAS APLICACIONES**

Cada material es un universo en sí mismo que ofrece infinitas posibilidades y combinaciones para crear proyectos de comunicación. Los especialistas te brindarán la posibilidad de descubrir materiales y soportes en relación a su imprimibilidad y rendimiento.

EL TALLER  
DEL  
CONOCIMIENTO

# PROGRAMA

“Entrevistas y mesas redondas”

1 de Octubre

**11:00h - ¡Más que online. Sólo online no es suficiente!**

Hablaremos de cómo implementar sin problemas el marketing impreso sensorial o cómo “tocar” los cinco sentidos de los clientes, creando una experiencia memorable y significativa.

**12:30h - “Generación Z y la impresión en papel”**

Si bien vivimos en un mundo donde lo digital tiene prioridad, todavía existe una fuerte sensación de que la impresión es valiosa, especialmente entre la generación Z.

**15:45h - “El packaging, el vendedor silencioso que siempre se imprime”**

Conocido como “vendedor silencioso”, el packaging constituye la última interacción entre la marca y el consumidor final antes de la decisión de compra. Pese a que las grandes firmas de distribución lanzan las “marcas blancas”, no dejan de necesitar comunicación gráfica, que siempre se materializa en un envase físico e impreso. Durante las sucesivas crisis que hemos padecido en nuestra época, el packaging siempre se ha mantenido como especialidad-refugio para el impresor, pues es un elemento que siempre ha de ser físico, no digitalizable. Sin embargo, el impresor debe estar siempre atento a la novedad tecnológica y a los condicionantes de este mercado, puesto que a la hora de abordar su actividad como transformador de packaging en el entorno de la Unión Europea existen numerosas reglamentaciones afectarán a su trabajo.

2 de Octubre

**11:00h - “Personalización y producción bajo demanda”**

Tiradas cortas para grandes ideas. Si la impresión *web to print* era una novedad hace 10 años, ahora que gran parte del trabajo de impresión se realiza mediante comunicación remota y automatización, ¿Qué ha cambiado para este modelo? Sin duda, se ha abierto un espacio para que las pequeñas empresas creativas lleguen a nuevos canales de distribución.

**16:00h - “Nuevos campos de aplicación: microfactoría textil digital”**

El sector conquista continuamente nuevos campos de aplicación. La inyección de tinta permite acceder no sólo a sectores como la moda y la confección, sino también a áeras de diseño de interiores, arquitectura, automoción y otros muchos mercados verticales.

3 de Octubre

**12:00h - “10 tendencias en diseño gráfico”**

Redefinir los límites del diseño gráfico.

 **pressgraph** mediagroup  
BUSINESS MEDIA