

BLOCK

DEL PAPEL, LA PAPELERÍA Y LA OFICINA

SEPTIEMBRE-NOVIEMBRE 2026

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

*FERIAS: Ambiente, Christmasworld
y Creativeworld 2027*

ROCADA DESIGN
*Soluciones para el lugar
de trabajo 2026/27*

FELLOWES
*Campaña de apoyo a sus
distribuidores*

Novedades...
**PARA EL COLE Y LA
OFICINA EN 2026/27**



«STAEDTLER»
POP-UP STORE THE
ICON NORIS: EN
LA GRAN VÍA DE
MADRID
"125 Aniversario de
Noris"



**«THE NAVIGATOR
COMPANY»**
FORO
SOSTENIBILIDAD 2026
Evento exclusivo
con clientes y
colaboradores



«ASP»
2ª CONVENCIÓN
DEL SECTOR DE
LA INDUSTRIA Y
LA DISTRIBUCIÓN
DE PAPELERÍA»
Octubre 2026

www.blockcomunicaciones.com

PAPELERÍA Y MATERIAL ESCOLAR



coMPRA INTELIGENTE



MP★

Artix★
PAINTS

SANPACK

Cervantes®

síguenos en:      mp_oficial_es
users-usuarios-utenti mp-papeleria.es professionals-profesionales-professionisti mainpaper.com

Fellowes

SILLAS ERGONÓMICAS DE OFICINA

*Expertos en ergonomía.
Ahora también en sillas.*



DISEÑO ITALIANO
Y FABRICACIÓN EUROPEA

Fellowes
5
AÑOS
GARANTÍA

UNE-EN 1335

www.fellowes.com



Plico te presenta el BluTack más solidario



FUNDACIÓN
CONTIGO
CONTRA EL CÁNCER DE LA MUJER



Más información
fundacioncontigo.org

La edición especial del **Blu Tack rosa**, en colaboración con la **Fundación Contigo**, apoya la investigación y la concienciación sobre el cáncer de la mujer.

Un producto cotidiano que se convierte en un **gesto solidario**, donde cada unidad contribuye a una causa que importa.



plico

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



Síguenos



www.plico.es



BLOCK 128

DEL PAPEL, LA PAPELERÍA Y LA OFICINA

SEPTIEMBRE-NOVIEMBRE 2026

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 N° 31
28250 Torreldones (MADRID)
Tel.: (+34) 91 859 27 28
redaccion@blockcomunicaciones.com
<https://www.blockcomunicaciones.com>

Imprime: CGA

Depósito Legal: M-3216-1993



Portada: Imagen Freepik.

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

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



editorial

LA VENTA DE TODO EL AÑO, EN UN MES? Hace casi un año, en la I Convención de la Asociación Sector Papelaría (ASP), compartimos la sobremesa con varios propietarios de papelerías, y salió a colación un comentario relacionado con la paradoja de ver cómo las/os "influencers" hablaban de septiembre en Internet como la gran oportunidad de las papelerías para hacer caja y llenarse los bolsillos. *"Hasta mostraban los billetes cayendo sobre el techo de una papelería, algo indignante. Nada más lejos de la realidad para quienes trabajamos en este sector"*.

Es una imagen sesgada y nada respetuosa con el trabajo que desarrollan estos profesionales. Es cierto que la mayoría de los papeleros señalan un aumento de ventas en septiembre, coincidiendo con el regreso a las aulas. En algunos casos puede suponer incluso el 60%-70% de la facturación anual, pero es que las papelerías son frecuentemente deficitarias en muchos de los otros meses del año, en los que hay que seguir pagando impuestos, facturas y gastos del todo tipo. La caja acumulada se queda corta ante tal panorama, de manera que con lo facturado en un mes hay que subsistir prácticamente el resto del año. Además, las reglas comerciales han cambiado con las ventas por Internet y grandes superficies, y con el descenso general del número de alumnos.

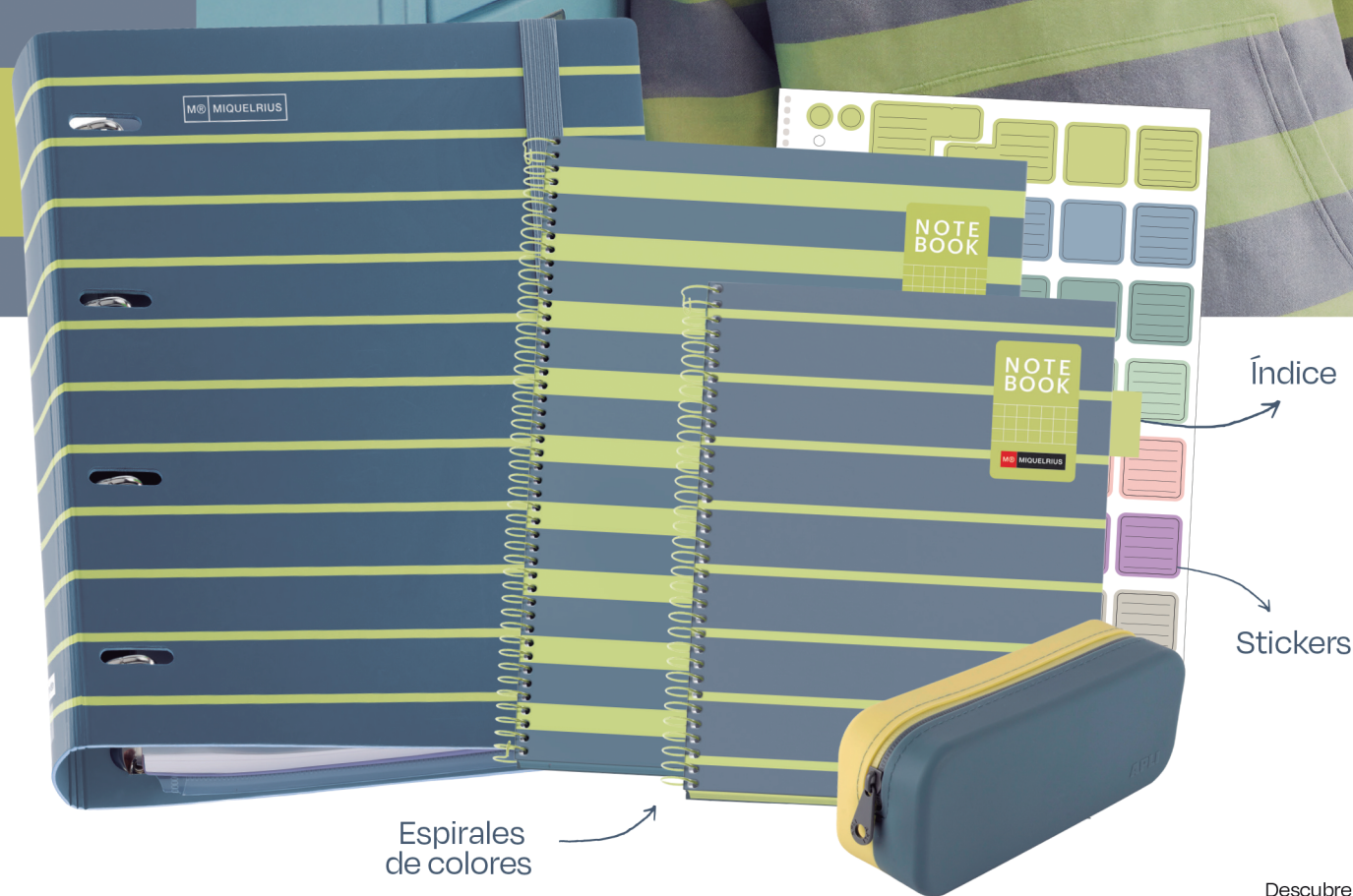
Pero no hay que preocuparse: cuando cierre la última papelería, siempre nos quedarán los "influencers" de Internet.

SUMARIO

NOTIBLOCK	22 FERIAS
7 NOTICIAS DEL SECTOR	24 OFICINA
EMPRESAS	28 PRODUCTOS
16 STAEDTLER: Pop-Up Store THE ICON NORIS	VAC 2026-27
18 THE NAVIGATOR CO.: Foro de Sostenibilidad 2026	54 INFORME
	RGPD Y NIS-2
	56 NOTI+
	63 DIRECTORIO WEB

ESTE NÚMERO DE LA REVISTA **BLOCK** LLEGA GRATUITAMENTE A SUS MANOS GRACIAS AL APOYO DE NUESTRAS EMPRESAS ANUNCIANTES:

• APLI (pág. 6) • AVANTE^{PL7} (pág. 51) • CABERO (pág. 15) • CSP (pág. 11) • CyP BRANDS (pág. 47) • DOHE (pág. 21) • FELLOWES (pág. 3) • FILA (pág. 25) • HSM (pág. 41) • JOVI (pág. 68) • MAIN PAPER (pág. 2) • MASATS (pág. 45) • MIMBEK (pág. 53) • MINE STAMPS (pág. 55) • PILOT (pág. 13) • PLÁSTICOS PARDO (pág. 59) • PLICO (pág. 4) • POESSA (pág. 49) • POLYEDRA (pág. 29) • ROCADA (pág. 37) • STAEDTLER (pág. 35) • STARPLUS (pág. 61) • SYLVAMO (pág. 39) • TESA (pág. 67) • TOMBOW (pág. 33) • UNI MITSUBISHI (pág. 43).


Espirales
de colores

Descubre la nueva
colección:

APLI

M® MIQUELRIUS


“Cambiamos de nombre, pero no cambia nuestra esencia. La nueva marca se incorporará progresivamente a nuevos canales de comunicación, documentación, sistemas y materiales”.

A partir del 1 de julio de 2026, **TORRASPAPEL DISTRIBUCIÓN** pasó a operar bajo una nueva marca común para su actividad de distribución en Europa: **POLYEDRA DISTRIBUTION GROUP**.

“Este cambio responde a una evolución de nuestra organización y a una identidad compartida a nivel internacional, pero nuestra forma de trabajar con nuestros colaboradores permanece intacta”, explica José Manuel Arribas (Operational Marketing Manager Polyedra España). Durante los próximos meses la nueva marca se incorporará progresivamente a nuevos canales de comunicación, documentación, sistemas y materiales. Mientras tanto, ambas marcas convivirán temporalmente como parte natural del proceso de transición.

NUEVOS ELEMENTOS

- Nombre comercial: Polyedra Distribution Group.
- Entidad Social: Polyedra Fine Papers Distribution España SAU. No cambia su NIF.
- Nueva identidad visual.
- Nueva web corporativa, que redireccionará a **www.polyedra.es**
- Nuevos dominios de correo electrónico, que adoptarán progresivamente la nueva identidad [remitente]@polyedra.com.
- El perfil en RR.SS.
- La manera de presentarse al mercado: bajo una marca común, más visible, más conectada y preparada para afrontar los retos del futuro.



La compañía inicia una nueva etapa bajo una marca común en España, Portugal, Francia e Italia

La marca **Polyedra** surge dentro de una estrategia de unificación de identidad que comparten las compañías de distribución en varios países europeos. “Este cambio responde al objetivo de reforzar la visibilidad y coherencia de la organización en todos los mercados en los que está presente, consolidando una identidad compartida que refleje mejor la dimensión internacional del negocio, y su capacidad para ofrecer una propuesta de valor uniforme y cercana. A partir de ahora compartirán una misma imagen y un proyecto común”.

One Group. One Future

La nueva identidad se acompaña de un mensaje que sintetiza el propósito de esta evolución. “Confiamos en que esta nueva etapa contribuirá a fortalecer nuestra propuesta de valor, a mejorar la experiencia de clientes y proveedores y a seguir impulsando el desarrollo del negocio en Europa”.



LA ASOCIACIÓN del sector prepara su «2ª Convención Anual»

Tendrá lugar el 15 de Octubre, en el AC Hotel by Marriott Atocha, de Madrid

A diferencia de la edición anterior, la asistencia queda reservada exclusivamente a los miembros de la Asociación, quienes, no obstante, podrán inscribir también a todos los responsables de sus departamentos: CEO, Marketing, Logística, Comercial...

Junto a ellos acudirán importantes personalidades en calidad de conferenciantes, como **José Luis Martínez Almeida** (Alcalde de Madrid), **Núria Aymerich** (Comisionada Especial para la Competitividad Industrial y Pymes del Ministerio de Industria y Turismo) y **Miguel Illescas** (Gran maestro internacional de ajedrez).

Como en su edición anterior, el encuentro también prevé la actividad extra de una visita al Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (MNCARS), muy cercano al hotel de celebración, y una Cena de Gala con un acontecimiento muy especial: las entrega de los **Premios Papelería Embajadora**, con los que ASP quiere reconocer la inestimable labor del comercio detallista del sector.

ACUERDOS CONSTRUCTIVOS

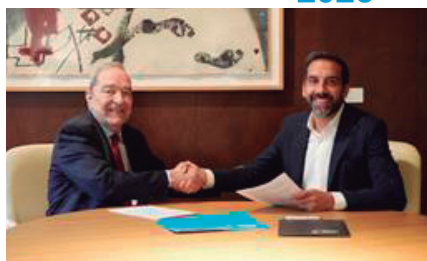
“Desde sus inicios, ASP ha defendido la idea de trabajar junto a otros movimientos sociales, para afrontar los desafíos que plantea la educación infantil y juvenil”



Fruto de este empeño ha sido, por ejemplo, la campaña solidaria 2026 en colaboración con UNICEF.

La firma del acuerdo de colaboración tuvo lugar a mediados de julio en Barcelona, entre Josep Buixeda Saborido (Presidente ASP) y Jaume Lanaspá Gatnau (Presidente de UNICEF Comité Cataluña y Patrono de UNICEF España).

“Para nosotros fue un momento muy especial. Formalizamos el acuerdo de colaboración y realizamos la entrega de una donación destinada a la campaña de suministro de material escolar para niños y niñas, dentro del Programa Empresas por el Cambio”.



2ª CONVENCIÓN del sector de la industria y distribución de la papelería

Jueves 15 de Octubre 2026



AC Hotel by Marriott Atocha ****

Calle de las Delicias, 42 - Madrid

Organiza



Patrocina



Somos parte de



PROGRAMA

Jueves 15 de Octubre 2026

9:30-10:00h **Bienvenida** y entrega de acreditaciones

10:00-10:30h **Inauguración** de la convención a cargo del Excmo. Sr. José Luis Martínez Almeida, Alcalde de Madrid, el Sr. Josep Buixeda, Presidente de la Asociación del Sector de la Papelería y Junta Directiva.

10:30-11:15h **Presentación | Plataforma de Codificación ASP - Axos**
A cargo de **Pelayo D. Rayon** (CEO Axos). Presentación y demo del proyecto de codificación. Paperbank canal tradicional, base de datos de la industria en la distribución.



11:15-12:00h **Mesa redonda | Mercados Internacionales**
A cargo de **Jihad Mohammed**, CEO MJK Import. Export & Representacao Ltda y **Cristina Peña Andrés**, CEO de TuComex y EU Trade Champion de la Comisión Europea
Modera: **Josep Buixeda** presidente ASP



12:00-12:45h Pausa - Coffee Break

12:45-13:30h **Conferencia | "Competitividad Industrial y marca España"**
A cargo de **Núria Aymerich** - Comisionada Especial para la Competitividad Industrial y Pymes del Ministerio de Industria y Turismo



14:00-15:30h Cóctel / Comida Networking

16:15-17:45h **Conferencia Magistral | "El hábito estratégico: Decisiones de grandes maestros para un mercado en cambio"**
A cargo de **Miguel Illescas** - Gran maestro internacional de ajedrez
Estrategia y toma de decisiones, nuevos retos y la IA y gestión emocional



18:15h **Salida hotel**, paseo hasta el Museo Reina Sofía

19:00-20:30h **Visita museo** Reina Sofía



20:30-21:00h **Regreso Hotel**

21:30-23:00h **Cena de gala.** Entrega premios Papelería Embajadora



23:15h **Copa clausura**

Información/Inscripciones de la Convención
gerencia@asociacionsectorpapeleria.org



2ª Edición del «Premio a la Papelería Embajadora» del sector de la papelería

La creación de estos galardones, que arrancaron en 2025, ha sido una de las ideas más brillantes de ASP, porque, por primera vez, el sector pone su atención sobre la importancia vital del pequeño comercio para la supervivencia del conjunto. "Queremos visibilizar y poner en valor la labor de aquellas papelerías de proximidad que, por su trayectoria, compromiso, capacidad de adaptación e impacto positivo en su entorno, se han convertido en referentes del sector y agentes activos en sus comunidades".

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

A todas las papelerías independientes o de carácter familiar y franquicias, con sede y actividad en territorio nacional, con al menos 2 años de actividad continuada y comprometidas con su entorno local, educativo o comunitario. Es decir, con una relación activa con centros educativos, participación en campañas escolares, donaciones..., y capaces de introducir nuevas ideas y servicios diferenciadores que les proporcionen una visibilidad especial dentro del sector a través de acciones de comunicación, RR.SS. y actividades culturales.

UN ESFUERZO QUE MERECE LA PENA

Las papelerías interesadas en participar deberán presentar su candidatura enviando un correo electrónico a: gerencia@asociacionsectorpapeleria.org

El formulario de inscripción, y el argumentario a aportar, figuran en la web de ASP.

Independientemente de los galardones en sí –premio de 1.500 euros para la papelería ganadora y reconocimiento de 500 euros para cada una de las tres papelerías finalistas–, la importancia de participar en este concurso habría que situarla en su aportación a la cohesión del sector en su conjunto. Miles de pequeñas papelerías siguen resistiendo en el día a día frente a la agresividad de sus grandes competidores (venta en Internet y grandes superficies) y la indiferencia de sus comunidades, que no reparan en ellas. Cada vez que una desaparece, se produce un pequeño colapso ciudadano del que nadie parece consciente, pero que acabará padeciendo.

Por eso es tan importante aumentar la visibilidad con iniciativas como los Premios Papelería Embajadora.

Generar demanda para vender más: la apuesta de **Fellowes** para el final de año

La marca afronta el último cuatrimestre con un plan diseñado para apoyar la actividad comercial de sus distribuidores.

La propuesta combina inversión en comunicación, contenidos, promociones y herramientas de venta con un objetivo claro: despertar el interés de las empresas y ayudar al canal a transformarlo en negocio. Esta combinación es la que distingue el plan de otra campaña apoyada únicamente en el precio.

La inversión principal: seguridad documental y privacidad

La seguridad documental estará en el centro de la estrategia de Fellowes durante la recta final del año. La campaña «Aumenta la seguridad de tus datos» parte de una necesidad muy presente en las empresas: proteger la información confidencial y reducir los riesgos asociados a su gestión.

Esta preocupación se ha visto reforzada por el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), que establece el marco europeo para el tratamiento y la protección de los datos personales, y por la Directiva NIS2, que amplía las exigencias de ciberseguridad y gestión de riesgos para las entidades incluidas en su ámbito de aplicación.

“Aunque buena parte de la conversación sobre seguridad se centra en el entorno digital, la información confidencial continúa circulando en papel. Contratos, presupuestos, expedientes, documentación financiera y datos de clientes forman parte de la actividad diaria de muchas

“Fellowes concentra su inversión en una campaña de seguridad documental y privacidad, al tiempo que refuerza el apoyo al canal con acciones en ergonomía, plastificación y encuadernación”.

organizaciones, y requieren medidas adecuadas de almacenamiento, consulta y destrucción. La campaña interna recuerda precisamente que la protección de los datos sensibles debe abarcar tanto el formato físico como el digital”, explica Carla Piedade (Marketing Manager Spain & Portugal de Fellowes).

Por este motivo, Fellowes respaldará la campaña con inversión en medios. Destructoras y filtros de privacidad serán los principales protagonistas de una iniciativa concebida para

concienciar, informar y acompañar al comprador.

Para apoyar esta iniciativa, el canal dispondrá de un **kit completo de herramientas de marketing** que ayudarán a sus distribuidores a identificar necesidades, y recomendar la solución más adecuada para cada cliente.

Promociones y herramientas para ayudar a vender

Promociones de reembolso en una amplia selección de destructoras, con incentivos de hasta 175 euros en determinados modelos. **La promoción estará vigente del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2026.** También contará con banners, folletos, imágenes de producto, plantillas de email y páginas promocionales para que distribuidores puedan trasladar la actividad a sus clientes.

LA DIFERENCIA DE ESTE PLAN SE HALLA EN LA SUMA DE ELEMENTOS DIVERSOS. La inversión en comunicación crea visibilidad e interés; los contenidos ayudan a explicar la necesidad; los selectores facilitan la recomendación, y las promociones aportan un último argumento para decidir la compra. De este modo, el distribuidor puede plantear una conversación más completa, recomendar modelos con un nivel de seguridad adecuado y trabajar la venta cruzada de consumibles, accesorios y soluciones de privacidad.



Fellowes
Brands...

Más oportunidades en ergonomía, plastificación y encuadernación

La seguridad documental será el principal foco de comunicación, pero el apoyo de Fellowes al canal abarcará más categorías.

PROMOCIONES Y HERRAMIENTAS PARA AYUDAR A VENDER

La ergonomía tendrá un peso destacado, con acciones destinadas a impulsar soluciones para mejorar el puesto de trabajo. Esta categoría permite ampliar la conversación con las empresas y plantear proyectos que van desde soportes para monitor y portátil hasta reposapiés, respaldos y estaciones ajustables.



Plastificadoras: HASTA 40€ DE REEMBOLSO

Plastificadoras para unos resultados perfectos de forma rápida y con un funcionamiento sin atascos.

El plan promocional se extenderá también a plastificadoras y encuadernadoras. En ambas categorías habrá modelos incluidos en la oferta de reembolso de septiembre a diciembre, lo que permitirá a los distribuidores trabajar una propuesta más amplia durante la campaña de final de año.

"Con el planteamiento de esta campaña Fellowes quiere ser algo más que un proveedor de promociones. La inversión en medios, los contenidos especializados y las herramientas



Productos ergonómicos: HASTA UN 15% DE DESCUENTO

Desde soportes para monitor y portátil, hasta reposapiés, respaldos y estaciones ajustables.



Encuadernadoras: HASTA 50€ DE REEMBOLSO

Acabado profesional para los documentos. La encuadernación wire, por ejemplo, es inteligente, sencilla y robusta, y aporta a los documentos y carpetas un acabado profesional para cualquier ocasión.

comerciales están pensados para crear interés antes de la venta y ayudar al distribuidor a aprovecharlo después".

Una forma concreta de acompañar al canal y generar nuevas oportunidades de negocio en uno de los periodos decisivos del ejercicio.

...Fellowes expondrá en Orgatec 2026

"De las estancias a las relaciones: diseñar espacios en un mundo en constante cambio"

ORGATEC es la feria internacional líder en soluciones para espacios de trabajo y el sector

contract (equipamiento colectivo). Cada dos años, el recinto ferial de Colonia (Alemania) se convierte en un punto de encuentro global para empresas de productos de oficina, profesionales del comercio especializado y expertos en diseño de interiores.

En la edición de este año Fellowes presentará su exclusiva oferta de soluciones en productos ergonómicos,



brazos para monitores y de gestión de cableado.

Por primera vez en su historia, la feria

contará con un tema central: «De las estancias a las relaciones: diseñar espacios en un mundo en constante cambio»

"...Subraya la idea de que los espacios del futuro deberán trascender la mera funcionalidad. Cada vez se convierten más en lugares de encuentro donde se entrelazan el diseño, la tecnología y la experiencia humana; por ello, deben diseñarse con la flexibilidad necesaria para responder a las exigencias de un mundo en constante cambio". Maik Fischer (Director de ORGATEC).



Acro 1000
Bolígrafo Premium



Recargable

estilo y rendimiento en una pieza.



PILOT

#writeyourworld



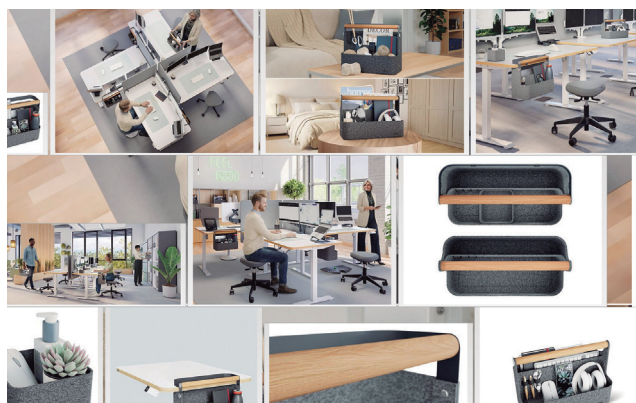
LEITZ® Obtiene dos premios Red Dot, incluido el «Best of the Best»

Los ORGANIZADORES DE ESCRITORIO PORTÁTILES LEITZ obtuvieron una puntuación excepcional. La gama de PLASTIFICADORAS OFFICE LEITZ ILAM 2025 también fue galardonada con un premio Red Dot por su extraordinaria calidad de diseño.

Nuevos Trabajos - Nuevas Herramientas

En muchas oficinas, los espacios de trabajo se asignan por orden de llegada, y quienes trabajan desde casa suelen utilizar como escritorio muebles multifuncionales en su sala de estar.

La flexibilidad se ha convertido en una característica del mundo laboral actual, lo que conlleva una creciente necesidad de nuevas soluciones, y los ORGANIZADORES DE ESCRITORIO PORTÁTILES LEITZ convencieron al jurado de los Red Dot Design Awards por su combinación de materiales – fieltro, madera y metal– altamente sostenibles.



ORGANIZADORES DE ESCRITORIO PORTÁTILES LEITZ.

“Haber ganado dos premios Red Dot, incluido el prestigioso “Best of the Best”, es un respaldo a nuestro enfoque del diseño. Estamos orgullosos de que se nos reconozca entre los mejores, y seguimos comprometidos con el desarrollo de productos que respondan a las necesidades cambiantes de los lugares de trabajo actuales”.

Alfonso Gisbert (Country Manager de ACCO Brands España).

Con una agradable textura, aspecto cálido y tonos suaves, se integran a la perfección tanto en oficinas modernas, como en espacios de trabajo domésticos.

• PLASTIFICADORAS OFFICE LEITZ ILAM 2025

Lanzada en 2025, la gama de plastificadoras ILAM también fue galardonada con un premio Red Dot por su calidad de diseño, funcionalidad intuitiva y alto rendimiento. Compuesta por cinco modelos, combina un estilo elegante y contemporáneo con tiempos de calentamiento rápidos, controles fáciles de usar y funciones inteligentes, como indicadores de estado LED, tecnología antiatacos y apagado automático para ahorrar energía.

ACCO Brands EMEA mejora su puntuación en EcoVadis, y mantiene la “Medalla de Plata”

Un proveedor de prestigio mundial

La Medalla de Plata de EcoVadis sitúa a ACCO Brands EMEA entre el 15% de las mejores empresas a nivel mundial, y entre el 10% de las mejores empresas de su sector.

Recibido en abril de 2026, “este logro se suma a los avances anteriores y pone de relieve la dedicación constante de la empresa en reducir el impacto medioambiental y promover prácticas empresariales responsables”.

“Estamos ayudando a construir una empresa más responsable, al tiempo que contribuimos a reducir el impacto sobre las personas y el planeta”.

Ard-Jen Spijkervet (Senior Vice President ACCO Brands & President International).

“Es una evaluación independiente que confirma que estamos avanzando de manera regular hacia nuestros objetivos de sostenibilidad, al tiempo que seguimos construyendo una empresa más responsable que contribuye a reducir el impacto sobre las personas y el conjunto de nuestro espacio vital”.

AGENDAS Y CALENDARIOS

2027

finocam

Súmate a
#finocamworld



finocam.com



"EXPERIENCIA INMERSIVA EN EL UNIVERSO NORIS"

POP-UP STORE THE ICON NORIS: EN LA GRAN VÍA DE MADRID



STAEDTLER
convirtió
el "125
Aniversario"
de su lápiz
Noris en una
activación
360° para
impulsar
tráfico,
visibilidad y
sus ventas.

STAEDTLER IBERIA concibió su campaña para la Vuelta al Cole 2026 con un enfoque 360°, que combinaba activaciones públicas de alto impacto, experiencias en retail, sampling en escuelas y universidades, y contenido digital. "Todas ellas acciones clave para convertir la notoriedad en ventas", explica Mari Pau Garreta (Directora de Marketing de Staedtler Iberia).

Pop Up Noris: THE ICON celebra sus 125 años en Madrid

Entre las activaciones de calle, y como hito principal, la marca abrió por primera vez una Pop-Up Store en la Gran Vía de Madrid. Del 4 al 17 de junio el espacio funcionó como una experiencia inmersiva en el universo Noris: tanto sus gamas completas, como las ediciones especiales del "125 Aniversario".

El concepto Noris ICON, protagonista del espacio

La ubicación estratégica de la tienda, en el centro de una de las principales arterias del retail europeo, favoreció la asistencia de muchos fans de la marca y curiosos en general, consolidando la tienda efímera como un punto de alto impacto con propuestas de muchos espacios y actividades diferentes:

■ **El escaparate con las ediciones Noris de Aniversario** y los sets exclusivos aportaron novedad en el lineal expositor de muestra, e incluso incentivaron la compra directa entre los visitantes.

■ **Promoción del gran Concurso de Aniversario "Gana un Noris de Oro"**: Un lápiz de oro macizo valorado en 10.000 euros.



Noris cosechó...
¡Miles de mensajes de simpatía!

- "Mi primer lápiz".
- "Mi primer set de colores en el colegio".
- "Aprendí a escribir con Noris".
- "Mis primeros dibujos".
- "La marca de mi infancia".
- "Pintando el mundo de colores desde que era pequeño".
- "Pinta como un adulto, pero disfruta como un niño".
- "Estoy pintando, y me encanta".
- "Escribe con amor..."
- "Me encanta Staedtler".



Recuerdos manuscritos de los fans Noris.



Martín Redondo (Melonkicks) decoró en directo uno de los balones del Mundial de Fútbol 2026.



■ **Ruleta con regalo seguro:** Un llavero con un lápiz Noris en miniatura metálico.

■ **Fotomatón The ICON:** Cada visitante podía obtener una fotografía instantánea enmarcada con las líneas y colores Noris.

■ **Tablón de recuerdos «Mi primer Staedtler»:** Recopilando mensajes espontáneos con recuerdos personales sobre la marca.

■ **Personalización de un balón del Mundial:** El diseñador, ilustrador y, sobre todo, customizador de zapatillas deportivas, Martín Redondo (Melonkicks), decoró en vivo, con los productos Staedtler, un balón



El Juego de la Ruleta con regalo seguro, y el Fotomatón Noris hicieron las delicias de los visitantes.

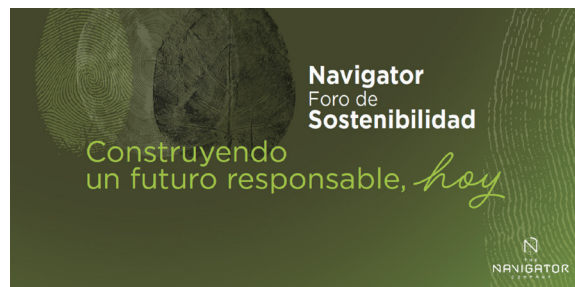
oficial del Mundial de Fútbol 2026, que al final fue sorteado entre todos los visitantes.

Todas estas iniciativas dinamizaron la interacción con el público, contribuyendo a hacer más atractivo el espacio de la Pop-Up Store, de Staedtler.



Mesa Redonda: "Sostenibilidad en acción: colaboración para un futuro responsable". De izqda. a dcha.: **María Melero** (WWF España), **Arantza Pérez** (Asociación Española de Fabricantes de Pasta, Papel y Cartón), **Paula Guimarães** (Directora de Sostenibilidad de The Navigator Co.) y **Celia Inacio** (Sales Manager The Navigator Co. España), como moderadora y coordinadora del evento.

The Navigator Company: Foro de Sostenibilidad 2026



La compañía portuguesa, especializada en productos derivados de la celulosa, celebró el pasado 19 de junio, en el Hotel Ritz de Madrid, la I Edición de su Foro de Sostenibilidad, un evento exclusivo en el que clientes y colaboradores pudieron informarse sobre los avances de la empresa en materia de protección medioambiental. Expertos del sector ofrecieron también sus ideas sobre sostenibilidad y sobre los retos que afronta el sector del papel.

Bajo el lema **"Construyendo un futuro responsable, hoy"**, The Navigator Co. puso en valor el respeto y la conciliación de los intereses ambientales, sociales y económicos que entran en juego en las decisiones sobre la gestión forestal de la empresa, así como en las acciones orientadas a mitigar el impacto de sus explotaciones forestales.

Ignacio Bereincua (Director de The Navigator Company España) dio la bienvenida a los más de 100 asistentes, entre clientes y colaboradores, y presentó la agenda del evento, con alto nivel de contenidos y de especialistas invitados.

"Sostenibilidad en Navigator"

Paula Guimaraes y **Joao Correia**, ambos de The Navigator Co., fueron los encargados de desglosar los objetivos, hitos y logros de sostenibilidad conseguidos por la empresa papelera desde 1995, destacando, por ejemplo, su ingreso en el WBCSD (Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible), que agrupa a más de 200 compañías internacionales, la publicación en 2005 del Primer Informe de Sostenibilidad, y la creación



"El evento perseguía, sobre todo, mostrar las grandes líneas del trabajo de The Navigator Co. para la conservación y el manejo sostenible de los bosques, en línea con los desafíos ambientales actuales. Trabajo que la empresa viene realizando desde hace años, pero que muchos aún desconocen".

de un Departamento de Sostenibilidad propio pocos años después.

"Del bosque al papel: sostenibilidad y creación de valor"

Arantza Pérez (Ingeniera Forestal de ASPAPEL) destacaría en su intervención la importancia de impulsar una gestión forestal sostenible, garantizando el cuidado de los recursos naturales y la generación de empleo y riqueza en el ámbito rural. *"Los cada vez más virulentos incendios, espoleados por el cambio climático, son la mayor amenaza para la biodiversidad. Ante esta realidad, la gestión forestal sostenible es una de las alternativas más adecuadas para prevenirlos, puesto que garantiza que la biomasa no se acumula y vela*

por el buen estado de los bosques. Es importante luchar contra el abandono y crear una gobernanza que impulse la gestión forestal, y en este sentido el trabajo de/con las empresas papeleiras es muy importante, porque supone una alta dotación económica".

"Sostenibilidad en acción: colaboración para un futuro responsable"

Una mesa integrada por mujeres profesionales del sector forestal, que estuvo moderada por **Celia Inacio** (Sales Manager The Navigator Co. España), como coordinadora general del evento,



y en la que ocupó un espacio destacado la preocupación por los reiterados incendios forestales. El punto ocurrente y distendido de la jornada comenzó con una charla motivacional sobre psicología positiva aplicada al trabajo, impartida por **Emilio Duró** (ITER Consultores), conferenciante dedicado a la consultoría y a la formación en el mundo de la empresa, y concluyó con un ágape informal servido por el reconocido chef **Quique Dacosta**, referente de la alta cocina –galardonado con 3 estrellas Michelin–, y responsable de la oferta gastronómica del Hotel Mandarin Oriental Ritz.



CONCURSO ESCOLAR “Oxford Challenge” El poder del entorno seguro a través de la viñeta

La 4ª Edición del Concurso Escolar “Oxford Challenge” sirvió para visibilizar, un año más, el firme compromiso de la marca escolar con la educación. Su lema de este año –“El poder del entorno seguro”– utilizó la técnica de la viñeta como medio de expresión.



ÁNGELA GARCÍA GUILLÉN



LARA ANCOCHEA MARÍN



MANUEL CORRALES SANCHÓN

La salud mental como objetivo

“Oxford Challenge es un concurso escolar que fomenta la creatividad, pero que también proporciona momentos de reflexión e introspección, tocando temas relacionados con la salud mental (cada año una temática distinta y una técnica creativa distinta). Se facilita al profesor una guía didáctica con actividades diseñadas por un equipo de psicólogos y pedagogos, para que pueda adaptarlas a su clase (las que quiera y adaptándolas como le parezca) y hacer reflexionar a los alumnos. Sólo luego les propone representar gráficamente el resultado.

En la edición de este año se ha trabajado «la salud mental en las aulas», con la colaboración del psicólogo

Pablo R. Coca (@Occimorons)”, explica **Anna Plà** (Marketing Manager Iberia, North & South America de Hamelin Brands).

Los ganadores

A lo largo de sus cuatro ediciones han participado en el concurso más de 46.400 alumnos en España y casi 3.000 en Portugal. Los ganadores de esta edición, **Ángela García Guillén, Lara Ancochea Marín y Manuel Corrales Sanchón**, recibieron lotes Oxford® y Pelikan® para ellos, sus clases y sus docentes, más un mural de la viñeta ganadora pintada por un muralista-artista en una pared del centro escolar.



Una parada en la Pop-Up Store Oxford: En la Rambla Cataluña de Barcelona

Las mochilas **Oxford Young Proof** llamaron la atención en la reciente “tienda efímera” de la marca, abierta en una céntrica calle de Barcelona durante las dos primeras semanas de septiembre. Los visitantes pudieron ver las gamas principales de la marca y algunas de sus novedades en cuadernos y carpetas, flashcards y mochilas y bolsos, así como testar el papel de Oxford, hacerse un llavero con su foto y probar suerte con los premios.



Cuadernos Oxford: esenciales para el éxito escolar Su **gama Dots**, que ofrece el rayado más versátil, perfecto para quienes buscan una guía útil pero sutil en las anotaciones del cuaderno, fue la que más atrajo, pero no le

fueron a la zaga los **Cuadernos Europeanbinder**, por sus recambios y variedad de complementos, y los **Cuadernos Scribzee**, que llaman la atención sugiriendo que se puede dotar al soporte papel con “poderes digitales”.



Cita anual del poliédrico sector de los Bienes de Consumo: Ambiente, Christmasworld y Creativeworld 2027

A pesar del difícil entorno económico y geopolítico mundial, las inscripciones actuales para la próxima edición de 2027 ya igualan a las de este año. La impresión es que se mantiene la relevancia de las tres ferias como plataformas de negocio internacionales. Ambiente, Christmasworld y Creativeworld se celebrarán en Frankfurt (Alemania) del 29 de enero al 2 de febrero de 2027.

ESTRUCTURA MODIFICADA

Una estructura de pabellones optimizada permitirá una orientación más precisa en el interior de las tres ferias. Las áreas de productos estarán más agrupadas, acercando así los surtidos que atraen a grupos objetivo de visitantes similares. La planificación interior de los pabellones también tendrá en cuenta los ajustes derivados de la remodelación parcial del pabellón 6.

Ambiente continuará centrada en las áreas de hostelería, proyectos internacionales y diseño de interiores, bajo el paraguas de Ambiente Projects, así como en los surtidos de regalos y estilo de vida orientados al diseño. Como novedad en 2027 toda la oferta de Table se concentrará en el pabellón 12, mientras que Table Select y HoReCa se ubicarán más cerca en el pabellón 12.1. Global Sourcing Dining ocupará los dos niveles del pabellón 11.

Christmasworld presentará la nueva área de productos de Regalos y Juguetes de Temporada, mientras que Global Sourcing Decoración Navideña y de Temporada se trasladará al pabellón 10.2. Esta iniciativa ofrece espacio de exposición adicional, a la vez que concentra aún más la oferta de Global Sourcing en la sección oeste del recinto ferial.

Creativeworld hará hincapié en la creación de comunidades y la transferencia de conocimiento para el sector creativo internacional, a través de su nuevo Foro Ejecutivo. Se realizarán visitas guiadas todos los días de la feria, mostrando a los visitantes profesionales técnicas e ideas de diseño.

AMBIENTE TRENDS 27+

Bajo el lema «**Coexistencia**», muy evocador en estos tiempos históricos de conflicto, las tendencias de esta feria celebran las bondades del entendimiento, en general, frente a la tensión de la dicotomía. A través de una selección de productos de los expositores, sus tres estilos traducen el diseño, el arte, la moda y el estilo de vida en forma de inspiración para el sector. • «**Clear + Lovely**» despliega su propia poesía distintiva a través de la calma y la claridad. • «**Structural + Emotive**» crea interiores estéticamente equilibrados con una sensación de calma y concentración. • «**Noble + Fancy**» es a la vez clásico y elegante, como un gabinete de bibelots contemporáneos.



Un estilo de vida actual, pero que incorpora deliberadamente elementos nostálgicos.



Tonos monocromáticos, lenguaje de diseño claro y estructuras gráficas que crean interiores con una sensación de calma y concentración.



El patrimonio histórico y las tradiciones culturales como inspiración para la vida contemporánea.

CHRISTMASWORLD TRENDS 27+

Con el lema «**La diferencia querida**», la feria explorará cómo los contrastes se complementan, en línea con la idea de que las diferencias enriquecen. Todo ello cobrará vida a través de tres combinaciones de tendencias, con nombres idénticos a los de Ambiente: «**Clear + Lovely**», «**Structural + Emotive**» y «**Noble + Fancy**».



Clear+Lovely reúne una gama multifacética de materiales, mientras que **Structural+Emotive** se centrará en el enfoque y el ritmo. Por último, **Noble+Fancy** juega con formas surrealistas y oníricas. El interés por la fabricación tradicional de vidrio se halla presente en las tres tendencias.

CREATIVeworld TRENDS 27+

Bajo el lema «**Hogar, dulce hogar**», la feria de las manualidades introduce el diseño creativo en el corazón de la vida cotidiana. Sus tres mundos temáticos —«**Experiencias en la cocina**», «**Momentos en el balcón**» e «**Historias en el dormitorio**»— mostrarán cómo la artesanía, los recuerdos personales y el uso consciente de los materiales dan forma a los espacios del hogar.



Los tres estilos de Creativeworld 2027 tendrán en común la atención a los objetos humildes, pero con personalidad: materiales reciclados, piezas artesanales individuales, patrones familiares y técnicas tradicionales, utilizadas de forma contemporánea.

NOVUS DAHLE estará presente en **ORGATEC 2026**
Soluciones innovadoras para el mundo laboral

La feria para los espacios de trabajo y el sector contract se celebrará en Colonia (Alemania), del 27 al 30 de octubre

La principal cita internacional dedicada al futuro del trabajo promete mostrar, muy en especial, soluciones innovadoras para el mundo laboral del mañana, y NOVUS DAHLE será uno de los fabricantes-expositores destacados.

“Presentaremos nuestras ideas más avanzadas, con espacios para la creatividad, la comunicación y la colaboración. Es decir, que permitan trabajar de forma más sencilla y eficiente”. Patrick Niehoff (Director de Ventas de Novus More Space System).

GAMA CLU

Un lugar destacado del espacio expositor lo ocupará, sin duda, esta nueva gama con múltiples versiones para los espacios de trabajo modernos: desde soluciones compactas de un solo monitor y configuraciones ergonómicas



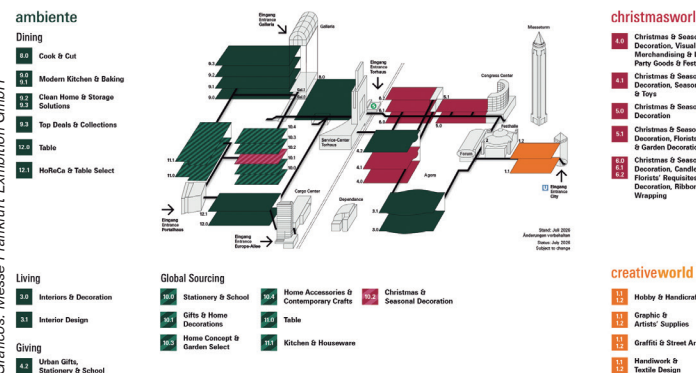
CLU: LA GAMA MÁS DESARROLLADA DE NOVUS

¡Innovadora hasta en los detalles: perfección en forma y función! Con los soportes de monitor Clu se gana un margen de maniobra totalmente nuevo en el puesto de trabajo.

de dos monitores, hasta sistemas multipantalla de alto rendimiento. “Hemos respondido así directamente a las crecientes demandas de soluciones de espacios de trabajo flexibles. En este sentido, Clu se adelanta a las necesidades del mañana, lo que demuestra el compromiso de Novus de combinar funcionalidad, diseño, eficiencia de recursos e innovación centrado todo en el usuario”.

NOVUS Sala 7.1 | Stand E020

NOVUS DAHLE



Plano de Ambiente, Christmasworld y Creativeworld 2027.

MP★

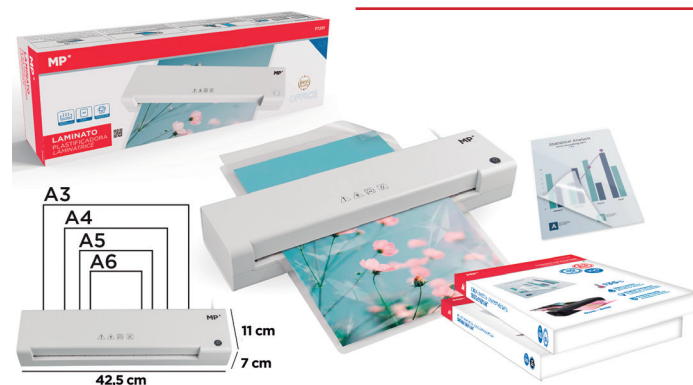
MAIN PAPER refuerza su propuesta para oficina, con soluciones diseñadas para aportar mayor comodidad y eficiencia

El fabricante y distribuidor, que este año celebra su **"20 Aniversario"**, continúa ampliando su catálogo dirigido al canal profesional con nuevas referencias para las necesidades actuales de oficinas, centros educativos y papelerías. Incorpora soluciones que mejoran la experiencia de uso, y completa su oferta en categorías estratégicas con alta rotación durante todo el año.

Una de las principales incorporaciones es la **NUEVA COLECCIÓN DE CUADERNOS CON ESPIRAL BLANDA**, desarrollada para ofrecer una escritura más cómoda y natural. Su diseño flexible facilita el apoyo de la mano, mejora la manejabilidad del cuaderno y aporta un mayor confort durante un uso continuado, convirtiéndose en una alternativa muy atractiva tanto para estudiantes como para profesionales.



Dentro de la categoría de oficina, presenta también su **NUEVA PLASTIFICADORA**, pensada para un uso práctico, rápido y sencillo en todo tipo de entornos de trabajo. La gama se completa con una amplia selección de fundas para plastificado, disponibles en distintos formatos y gramajes para adaptarse a las diferentes necesidades de protección y presentación de documentos.



Otra de las novedades es la incorporación de una **DESTRUCTORA DE PAPEL**, un equipo que permite eliminar documentación de forma segura y eficiente, respondiendo a la creciente importancia de la protección de la información en empresas y despachos.

un servicio logístico eficiente y el compromiso de seguir ofreciendo soluciones competitivas para el sector de la papelería y el material de oficina.

Ante la planificación de las próximas campañas, recomendamos a distribuidores y papelerías anticipar sus pedidos y previsiones de stock, especialmente en las categorías de oficina y archivo, con el objetivo de garantizar disponibilidad y ofrecer un servicio ágil a sus clientes profesionales", declara Carlos Martín (Marketing & Design Director de MP).

PACK
PROMO
DIBUJO

TODOS PINTAMOS CONTRA EL
BULLYING

GIOTTO

con la colaboración de
AEPAE
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
PREVENCIÓN ACOSO ESCOLAR

PACK
PROMO
PINTURA



F51750000
Giotto Pack Promo Dibujo
En display 20 uds



F51760000
Giotto Pack Promo Pintura
En display 10 uds



Descubre más sobre nuestro Proyecto en
www.todospintamoscontraelbullying.com



Con este proyecto acompañamos a niños, familias y docentes a través de sesiones gratuitas del **Plan de Sensibilización contra el Bullying** y otros recursos pensados para apoyarlos en vuestro día a día. Nuestro objetivo es estar a vuestro lado, ofreciendo herramientas prácticas que ayuden a **PREVENIR, DETECTAR y ACTUAR** ante cualquier caso de Acoso Escolar adaptándonos continuamente a las necesidades reales de la comunidad educativa.



rocada

«Rocada Design»: emociones en el espacio de trabajo

El fabricante español de mobiliario de oficina centra su atención en 2026 en sus **SOLUCIONES DE DISEÑO** para el lugar de trabajo. Reivindica este importante valor en los equipamientos, como respuesta a las demandas de sus clientes y a la evolución de los entornos de oficina.

“Cumplimos medio siglo de trayectoria, aprendizaje y evolución proponiendo al mercado del mobiliario de oficina soluciones en las que cada producto está concebido con una visión clara: unir un diseño contemporáneo a una calidad Premium inmejorable. Todo para contribuir a convertir los espacios de trabajo en herramientas de éxito”, explica Jordi Homs (Technical and Marketing Manager de Rocada).



SOFÁS MODULARES “VOLGA” y “URAL”

Sus módulos, disponibles en distintos acabados y formas, permiten crear composiciones adaptadas a cualquier necesidad, combinando ergonomía, funcionalidad y un diseño moderno que aporta dinamismo y personalidad.



BUTACAS MODULARES “DON”

Perfecta para oficinas, zonas lounge o espacios informales, la colección combina ergonomía, versatilidad y una elegancia discreta.

Rocada da nuevo impulso a su línea **Rocada Design** en el nuevo Catálogo 2026 que celebra los 50 años de la empresa, un hito que lo convierte en uno de los pocos ejemplos del sector que puede destacar este logro.

La línea **Rocada Design** incluye un conjunto muy completo de soluciones prácticas y fiables que devuelven el carácter a la oficina como centro de productividad... ¡pero con estilo! Desde cabinas ROMA, y paneles acústicos DEXA y LOMA, diseñadas para ofrecer privacidad en un entorno compartido, hasta los sofás modulares SOFT SEATING como los modelos DON, URAL y VOLGA, para configurar espacios dinámicos favoreciendo el bienestar, o las mesas de trabajo KYBA, TAVA, con ergonomía para incentivar la productividad.



MESAS “KYBA”

Mesas de escritorio con regulación eléctrica en altura, que redefinen la ergonomía en entornos de trabajo modernos. Diseño con patas de madera combinan estética y funcionalidad en una sola pieza. La calidez natural de la madera aporta carácter y personalidad a cada espacio.



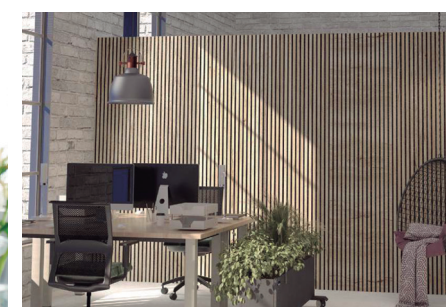
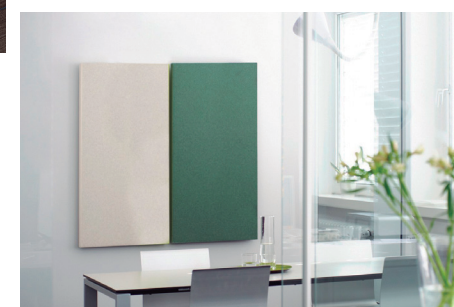
MESAS DE LA COLECCIÓN “TAVA”

Ideales para salas de reuniones, áreas colaborativas o espacios ejecutivos, ofrecen funcionalidad, durabilidad y estilo atemporal. Variedad de colores y medidas a escoger.



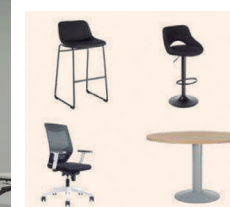
PANELES “DEXA” y “LOMA”

La familia DEXA redefine la acústica con paneles cuadrados de diseño versátil y elegante que permiten diversas combinaciones. LOMA son paneles listonados de madera como solución acústica que combina calidez.



CABINAS ACÚSTICAS “SERIE ROME”

Cada ejemplar de la colección combina una estética minimalista con un aislamiento acústico de alto rendimiento, creando lugares donde las reuniones fluyen, las ideas se enfocan y la productividad se intensifica. Individuales o de grupo, están compuestas por una estructura metálica interior y paneles exteriores fabricados en fibra de carbono mezclada con resinas poliméricas de alta resistencia y de peso reducido.



También accesorios para las cabinas: taburetes, sillas y mobiliario de oficina.

COMERCIAL DEL SUR presenta su **NUEVA CAMPAÑA DE AGENDAS DE OFICINA 2027** y refuerza la expansión europea de su marca Premium de escritura **BELIUS**

NUEVA COLECCIÓN DE AGENDAS LIDERPAPEL Y ANTARTIK

... Con cientos de referencias, la nueva campaña de agendas del año de las marcas Liderpapel y Antartik reúne tamaños, encuadernaciones y estilos para todo tipo de necesidades: desde las agendas corporativas más sobrias y funcionales hasta las propuestas más atrevidas y coloristas pensadas para un público que busca diferenciarse.

El catálogo 2027 se estructura en familias claramente diferenciadas

—colecciones en espiral, encuadernadas, mixtas, de anillas, dietarios, libros de reservas, bloc bufete y calendarios— que permiten a cada cliente encontrar el formato que necesita. Referencias como **Basic**, **Gazi**, **Neon**, **Olbia** o **Cloudy** conviven con propuestas de encuadernación en simil piel como **Nomi**, **Paros** o **Boho**, y con series de espíritu

El Catálogo de Agendas de Oficina 2027 ya está disponible para clientes de Comercial del Sur (CSP). Los productos estarán disponibles hasta agotar existencias.



más clásico y corporativo como **Corporice** o **Classic**, ideales para despachos y regalo de empresa.

Todas incorporan papel certificado FSC®, garantía de una gestión forestal responsable, y sus contenidos abordan el día a día profesional:

calendario y planning anual, festivos de España y Portugal, agenda de contactos y espacio de notas, en formatos de día página y semana vista, según la colección. La gama incluye además una línea personalizable, pensada para empresas que buscan una agenda de marca corporativa.

BELIUS acelera su expansión europea con nuevas colecciones y espacios retail Premium

CSP refuerza su posicionamiento en el segmento de escritura Premium con una estrategia centrada en el diseño, la diferenciación y la expansión internacional. Uno de los ejes de esta nueva etapa es la implantación de muebles retroiluminados inspirados en el fashion retail.

Concebidos para atraer la atención del consumidor, estos espacios aportan una imagen Premium, mejoran la experiencia de compra y añaden valor al punto de venta.

A destacar entre las **novedades Belius** su reciente colección **Palais Royale**, que combina acabados

La propuesta ya ha despertado el interés de distribuidores de distintos mercados europeos.

metalizados, técnicas artesanales, relieves y moldes exclusivos para convertir cada pieza en un objeto de diseño funcional y sofisticado.

Junto a ella, la marca presenta otras nuevas colecciones con identidades, materiales y acabados propios.



“Esta campaña marca el inicio de una hoja de ruta más ambiciosa, con nuevos productos y conceptos retail que seguirán reforzando el diseño, la innovación y la personalidad de las marcas de CSP”.

Comercial del Sur
DE PAPELERÍA S.L.

Torraspapel Distribución ahora es **Polyedra**



Una nueva identidad que refleja la solidez de un grupo de distribución más conectado, coordinado y preparado para crecer contigo



Visión **global**,
acción **local**



Cercanía y
especialización



Capacidad y
compromiso

Centro de Servicio al Cliente: 900 70 11 77

Pokémon celebra 30 años de su carácter de fenómeno global...

TRES DÉCADAS DESPUÉS DE SU NACIMIENTO, CONTINÚA CONECTANDO CON NUEVAS GENERACIONES DE FANS Y SE MANTIENE COMO UNA DE LAS FRANQUICIAS DE ENTRETENIMIENTO MÁS IMPORTANTES DEL MUNDO, Y LA MÁS RENTABLE DE TODOS LOS TIEMPOS.



Aquella idea inspirada en la afición de Satoshi Tajiri por coleccionar insectos durante su infancia se ha convertido, 30 años después, en un universo capaz de conectar a niños, jóvenes y adultos de todo el mundo.

El 27 de febrero de 1996 se lanzaban en Japón **Pokémon Rojo y Pokémon Verde para Game Boy**. Pocos podían imaginar entonces que aquel videojuego protagonizado por criaturas que los jugadores debían descubrir, capturar, entrenar e intercambiar acabaría dando lugar a un fenómeno mundial.

La fórmula era sencilla, pero totalmente novedosa: ponerse en la piel de un joven Entrenador Pokémon, elegir un primer compañero y comenzar una aventura en la que explorar, combatir, coleccionar y, sobre todo, intercambiar Pokémon con otros jugadores. Y cumplir con el objetivo que acabaría definiendo a una generación: “¡Hazte con todos!”.

A partir del videojuego, Pokémon fue creciendo hacia nuevos formatos: Juego de Cartas Coleccionables, serie de animación, películas, aplicaciones y una cuidada selección de productos licenciados que forman parte del día a día de sus millones de fans: juguetes, peluches, moda, accesorios, mochilas, artículos de papelería o productos para el hogar.

“Uno de los grandes valores de Pokémon ha sido precisamente su capacidad para evolucionar, crear comunidad y llegar a nuevas generaciones sin perder a los seguidores que crecieron con la marca.”

Un buen ejemplo fue el lanzamiento de Pokémon GO en 2016, que llevó el universo Pokémon al mundo real a través de la realidad aumentada y animó a millones de jugadores a salir, explorar su entorno y compartir la experiencia con otros fans”.

La marca también ha seguido explorando nuevas formas de relacionarse con sus seguidores y fomentar hábitos saludables. Aplicaciones como Pokémon Smile, que ayuda a los más pequeños a crear el hábito de cepillarse los dientes mientras capturan Pokémon, o Pokémon Sleep, que convierte el descanso en parte de la experiencia de juego, muestran hasta qué punto el personaje ha sabido trasladar su universo a diferentes momentos de la vida cotidiana.

“Las cifras de ventas demuestran la extraordinaria vigencia de la marca. A cierre de marzo de 2026, se habían distribuido más de 515 millones de videojuegos relacionados con Pokémon en todo el mundo, y producido más de 85.000 millones de cartas del Juego de Cartas Coleccionables Pokémon, superando los ingresos acumulados de gigantes como Mickey & Friends o Star Wars, y convirtiéndose en la franquicia de mayor valor de todos los tiempos, con unos ingresos superiores a 100.000 millones de dólares, según datos publicados por Time Magazine”.



... y CyP Brands celebra también 20 años junto a Pokémon

Para CyP Brands, 2026 supone una doble celebración: a los 30 años de Pokémon se suma su “20 Aniversario” como licenciataria de la marca.

“Dos décadas desarrollando productos Pokémon nos han permitido vivir de primera mano su evolución, y comprobar una de sus principales fortalezas: su extraordinaria capacidad para renovarse y seguir conquistando a nuevas generaciones, al tiempo que mantiene el vínculo con los fans que crecieron con la marca”, explica Almudena Cerezo (Directora General de CyP Brands).

“Con motivo de este aniversario, hemos desarrollado una colección especial de mochilas de 32 cm inspiradas en algunos de los Pokémon más emblemáticos de la primera generación, dirigida tanto al público adulto y nostálgico como a los nuevos seguidores”.

La propuesta se completa con una colección especial de “Vuelta al Cole” creada específicamente para el 30 Aniversario, con Pikachu y Charizard como grandes protagonistas y diferentes artículos de mochilería y papelería.

“Con esta colección exclusiva queremos celebrar no solo los 30 años de historia de Pokémon, sino también nuestro 20 Aniversario creciendo junto a una marca que, generación tras generación, sigue demostrando una capacidad única para reinventarse y mantenerse plenamente vigente”.



DOHE

Amplía sus propuestas para envolver, decorar y felicitar

Ante la llegada de la campaña navideña

Tarjetas para cada ocasión

La colección ofrece diferentes estilos acorde con el destinatario y el tipo de celebración. La propuesta se completa con una selección ampliada de billetteros de felicitación, para acompañar los regalos en estas fechas.



Tarjetas con sobres en contraste y detalles gráficos en el interior.

Papeles de regalo con variedad de estilos

Las referencias se presentan en cajas de 50 rollos surtidos, con 10 diseños diferentes, facilitando a las papelerías una exposición variada y equilibrada.



En un mismo catálogo se reúnen referencias específicas para Navidad y propuestas "Everyday", adecuadas para celebraciones y regalos durante todo el año. Esta combinación permite al punto de venta disponer de un surtido versátil, capaz de adaptarse tanto a la demanda estacional, como a las necesidades cotidianas de sus clientes.

Bolsas de regalo con motivos navideños

La colección incluye también bolsas de papel kraft decoradas con ilustraciones navideñas y adhesivos de cierre. Están disponibles en 2 modelos y se presentan en packs de 12 unid.



Etiquetas para personalizar cada regalo

La gama incluye etiquetas adhesivas en presentaciones de 72 y 30 unid., además de 2 modelos de etiquetas con cordel, disponibles en packs de 48 unid.

CON EXPOSITORES PENSADOS PARA EL PUNTO DE VENTA

El fabricante ofrece un práctico expositor que combina papel de regalo, estrellas, ovillos y lazos. Disponible en dos configuraciones: una orientada a la campaña de Navidad y otra para su comercialización durante todo el año. Para que las papelerías puedan adaptar el surtido al espacio disponible y al perfil de su establecimiento.



Cintas, lazos y complementos decorativos

Estrellas de varios tamaños, ovillos y lazos automáticos. En una cuidada selección de tonalidades -dorados, rojos, verdes, rosas, violetas y azules- y en 2 tipos de acabado: Shiny, más brillante, y Chic, con un efecto más mate.



Tombow

Hazlo MONO

MONO eraser
La clásica y auténtica goma de borrar de Japón desde 1969

MONO sand
Con micropartículas para borrar tinta

MONO light
Borrado con poca presión, para papeles delicados

MONO smart
Extra fina y sólida. Ideal para borrar áreas pequeñas

MONO zero
Lápiz borrador recargable con punta fina redonda o rectangular para un borrado preciso y limpio

MONO stick
Punta redonda en formato bolígrafo

MONO sand & rubber
Doble uso, para borrar lápiz o tinta

MONO dust CATCH
Sin restos de borrado. Los restos se adhieren a la goma y no permanecen en el papel



LÁPIZ BORRADOR MONO ZERO

Borrado de precisión profesional y de alta calidad.

BORRADOR MONO stick

Punta de 6,7mm para un borrado de precisión.



GOMAS DE BORRAR MONO

Una goma para cada necesidad. Tecnología japonesa al servicio del borrado.



Otras presentaciones disponibles



Expositor EH-KM-24P-A



Expositor MONO-ER-98P

Tombow Spain



www.minkred.com



Campaña de STAEDTLER con dos promociones para dinamizar las ventas en el canal de papelería

Con motivo del "125 Aniversario de Noris", Staedtler pone en marcha las promociones *Win the Golden Noris Pencil* y *Compra y Gana*, dos iniciativas dirigidas al consumidor final diseñadas para incrementar el tráfico al punto de venta y apoyar al canal de papelería durante la campaña de "Vuelta al Cole 2026".

La campaña de regreso a las aulas es uno de los momentos comerciales más importantes del año para el sector de la papelería. "Con el objetivo de ayudar al canal a aprovechar al máximo esta oportunidad, STAEDTLER complementa su plan de activación con dos promociones que aportan un incentivo adicional a la compra y refuerzan la visibilidad de la marca tanto en el punto de venta como en el entorno digital".

Promoción "Win the Golden Noris Pencil"

Como gran aliciente del 125º Aniversario de la marca Noris, quienes compren un blíster especial de sus icónicos lápices podrán participar en el sorteo de un exclusivo lápiz de oro, valorado en 10.000 euros.

La participación se realiza de forma muy sencilla: mediante el código QR incluido en el envase. Además del gran premio final, la promoción incluye sorteos mensuales para mantener el interés de los consumidores durante toda la campaña.



"Con estas dos promociones, STAEDTLER aprovecha el 125 Aniversario de Noris para ofrecer al canal nuevas oportunidades de dinamizar las ventas durante la campaña escolar. Dos acciones sencillas de implementar, pero que añaden valor a la compra, refuerzan la visibilidad de la marca y contribuyen a atraer al consumidor al punto de venta".



"Para potenciar su visibilidad en tienda, STAEDTLER ha desarrollado un completo programa de materiales para el punto de venta, con displays específicos, elementos de comunicación y soluciones de exposición que facilitan la identificación de los productos participantes".

Promoción "Compra y Gana"

La segunda gran promoción está vinculada a la compra de productos STAEDTLER en general. Los consumidores que realicen una compra mínima de 10 euros podrán participar en el sorteo de diferentes premios subiendo su ticket de compra a www.staedtler-promotion.com mediante un proceso rápido y sencillo.

La acción estará respaldada por materiales específicos para el punto de venta y por una campaña de comunicación en RR.SS., que contribuirá a dar visibilidad a la promoción, aumentar su alcance y dirigir tráfico tanto a las tienda, como a la plataforma de participación.

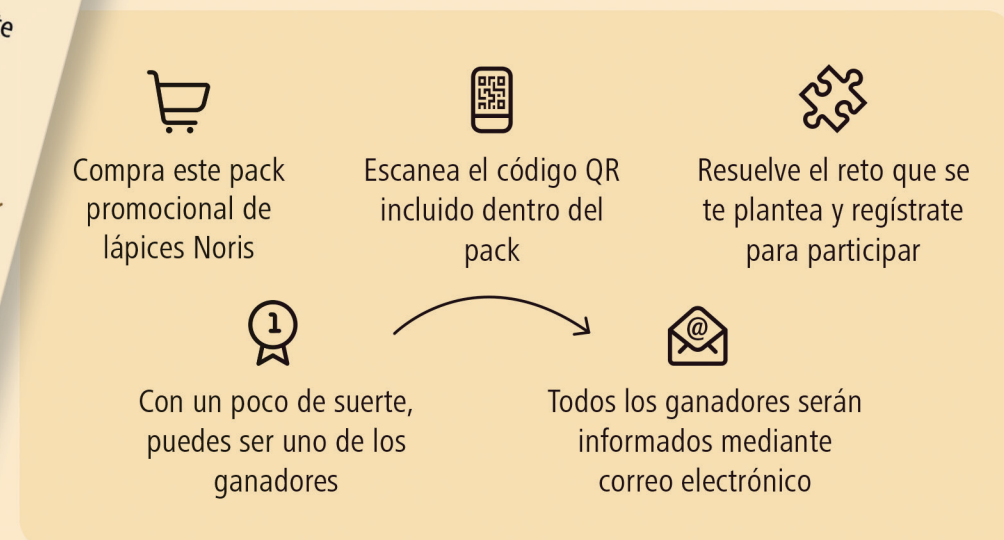
WIN THE golden NORIS PENCIL



Dentro de este pack promocional está **tu oportunidad de ganar el Lápiz Noris de oro.**

¡Regístrate, puedes ser el ganador de un lápiz Noris hecho de oro puro, valorado en 10.000 €!

No pierdas tu oportunidad – ¡hazte con tu pack!



Fila Iberia, a través de su marca escolar GIOTTO, sigue comprometida con la lucha contra el Bullying...

Como **NOVEDAD**, su Plan de Sensibilización amplía su alcance incorporando sesiones también en catalán, euskera y gallego.

Fila Iberia, a través de su marca escolar GIOTTO, lanzó en febrero 2024 el Proyecto solidario **“Todos pintamos contra el Bullying”**, cuyo principal objetivo es concienciar y sensibilizar a niños y jóvenes de toda España sobre el Acoso Escolar, ofreciéndoles las herramientas necesarias para prevenir, detectar y actuar frente a este problema.

En colaboración con A.E.P.A.E. (Asociación Española para la Prevención del Acoso Escolar), creó el Plan de Sensibilización contra el Bullying dirigido a todos los alumnos de las escuelas de Primaria y E.S.O. de España. Miles de niños y jóvenes ya han participado en las sesiones online y en directo, totalmente gratuitas e impartidas por especialistas en el tema.

Pack Promo Dibujo Giotto+Canson y Pack Promo Pintura Giotto+Canson: Creatividad sin Límites y con Propósito...

Formatos definitivos para la “Vuelta al Cole” o para disfrutar de tardes llenas de color en el hogar. Reúnen la mejor calidad en material escolar en un formato ahorro, acompañado del mensaje fundamental de la Campaña de Giotto: **“Todos pintamos contra el bullying”**.

¿Qué incluye cada pack exclusivo?

PACK PROMO DIBUJO

GIOTTO+CANSON • 12 Lápices Giotto Colors

3.0: Con una mina resistente de 3 mm, has sido diseñados para ofrecer la máxima calidad escolar, garantizando un trazo suave, fácil de afilar y duradero. • **12 rotuladores Giotto Turbo Color:** Con colores intensos y vibrantes, cuentan con tintas seguras, de larga duración (*Extra long cap off*) que no secan fácilmente, y una punta superresistente de 2,8 mm ideal para los niños. • **Bloc de Dibujo Canson-Basik:** El lienzo en blanco ideal para que la imaginación vuele. Papel de alta calidad con la superficie perfecta para absorber la intensidad de los rotuladores y la textura de los lápices.



PACK PROMO PINTURA

GIOTTO+CANSON • 6 hojas de Canson Basik

Acuarela en formato Mini-pk: Papel blanco natural, ideal para acuarela escolar, témpera y guache, de grano fino y alta resistencia. • **Estuche de 12 acuarelas mini+pincel:** pastillas de acuarela GIOTTO de colores luminosos, intensos y cubrientes, con una fórmula mejoradas y estuches más funcionales para facilitar su uso. La forma de la pastilla de acuarela evita la dispersión del agua. Incluyen un pincel sintético nº3. • **Blíster de 2 sticks de pegamento Giotto de 20 gr en barra:** Ideal para utilizar sobre cartón, papel y fotografías. El stick tiene un tapón auto basculante que garantiza la máxima limpieza y seguridad. Sin disolventes.



FORMATO PROMOCIONAL DISEÑADO PARA OFRECER LA MEJOR RELACIÓN CALIDAD-PRECIO.

Ambos packs vienen presentados en una práctica caja-expositora de cartón, compacta, ideal para el punto de venta, pero también son colgables, para facilitar su presencia en cualquier lineal. Y hacen una mención específica a la Campaña “Todos pintamos contra el bullying”, para seguir difundiendo este importante mensaje.

SOFT SEATING

EL CONFORT QUE TRANSFORMA
CADA ESPACIO



rocadadesign
www.rocada.com





Play&Fun

Una gama en constante evolución para impulsar la creatividad y las ventas en 2026

JOVI continúa apostando por la creatividad y amplía su colección **Play&Fun** con nuevas propuestas pensadas para niños de 5 a 12 años. Concebida para ofrecer experiencias creativas completas, la gama no deja de crecer con nuevas referencias, formatos y campañas estacionales que aportan valor tanto al consumidor, como al punto de venta.

Compuesta inicialmente por diez referencias –6 kits de Sand Art y 4 de Plastilina–, la colección se ha ampliado este año con la incorporación de los kits **Play&Fun Gouache Tempera**, una adaptación de uno de los productos más emblemáticos de la marca.

Los kits incluyen 10 botes de pintura y diferentes láminas para pintar por números y transformarlas en divertidos personajes; una actividad que estimula la concentración y la creatividad, a la vez que invita a los niños a crear su propio universo de juego.

La familia Play&Fun también creció a principios de año con el lanzamiento de los **Mini Kits**, la versión compacta de los kits originales en 6 referencias.



PARA LA CAMPAÑA DE NAVIDAD

JOVI lanza el **Mini Kit Sand Art Navidad**, una propuesta que transforma unas sencillas láminas en adornos decorativos de Navidad. Estas novedades ofrecen actividades creativas y favorecen la rotación de productos en épocas de alta demanda.



PARA EL CANAL ESCOLAR

Otra de las novedades más destacadas es la incorporación de la **arena cinética en formato bote de 3,5 Kg**. Gracias a su textura suave y firme mantiene mucho más tiempo la forma, permitiendo crear y construir divertidas estructuras de arena. Una experiencia de juego sensorial para los más pequeños, además de contribuir en la relajación y la creatividad.



“El formato está pensado para llevarlo a todas partes, y es una excelente opción para fomentar la compra de impulso”.

PARA HALLOWEEN

La marca se suma a la fiesta con los **mini kits Sand Art Halloween** y **Model Halloween**, que permiten pintar láminas temáticas con arena de colores y para modelar distintos personajes de Halloween.



JOVI Como apoyo al canal

“Con el fin de potenciar su presencia en punto de venta, JOVI ha desarrollado un **expositor de sobremesa para los Mini Kits** que optimiza el espacio de los establecimientos y mejora su visibilidad y posibilidades de compra. **Tanto los mini kits de Halloween, como el de Navidad, estarán acompañados de promociones y descuentos específicos.**

Se puede consultar directamente a través del equipo comercial de JOVI.

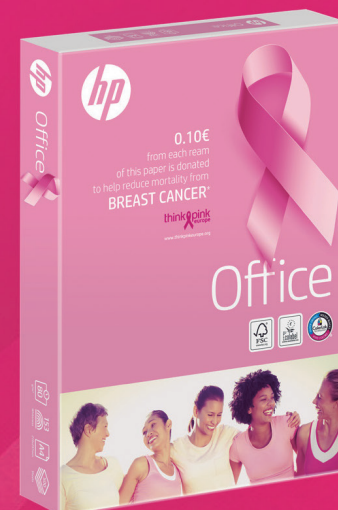
“Con esta estrategia, JOVI refuerza su compromiso con el canal profesional, ofreciendo una gama en constante evolución, soluciones de exposición para el punto de venta y acciones promocionales que ayudan a maximizar la rotación y el atractivo de la categoría de creatividad infantil”.



Camino hacia 1 millón de €

10 años. Incontables pasos. Un objetivo en común.

Este año, HP Pink Ream está más cerca que nunca de un hito importante: **1 millón de € en donaciones totales**. Cada resma rosa vendida ayuda a financiar iniciativas europeas enfocadas en la concienciación, prevención e investigación del cáncer de mama. Juntos, podemos seguir avanzando.



Imprime con propósito.

Descubre dónde comprar
hp-papers.eu/pink-ream



©2026 HP Development Company, L.P. y Sylvamo Corporation. Todos los derechos reservados. HP y el logo de HP son marcas registradas de HP y son usadas por Sylvamo Corporation bajo licencia de HP. La gama de papeles de oficina HP Papers es fabricada y comercializada por Sylvamo Corporation bajo licencia de HP.



POESSA PRESENTA SU CAMPAÑA DE NAVIDAD 2026:

YA ESTÁ TODO PREPARADO PARA QUE SUS CLIENTES ABORDEN CON ÉXITO LA CAMPAÑA MÁS ESPECIAL DEL AÑO. E INCLUSO LAS PRIMERAS CAMPAÑAS DE 2027.

- El catálogo reúne una amplia selección de artículos para acompañar cada momento navideño: bolsas y sacos para regalos, tarjetas, papel de regalo, etiquetas, decoración, vajillas desechables, accesorios para celebraciones y una gran variedad de detalles pensados para llenar los lineales de color y aumentar las ventas durante esas fechas.
- Ahora bien, la planificación de Poessa no termina con la Navidad. Coincidiendo con el lanzamiento de esta campaña, la compañía pone también a disposición de sus clientes las **colecciones para las primeras fechas comerciales de 2027**, con propuestas específicas para San Valentín, Día del Padre y Día de la Madre, facilitando así el que los establecimientos preparen con tiempo su oferta y dispongan de todo lo necesario para cada temporada.
- “Con esta estrategia, Poessa reafirma su compromiso de acompañar a sus clientes durante todo el año, ofreciendo colecciones actuales, productos de alta rotación y soluciones que ayudan a dinamizar el punto de venta”.

“**Una nueva colección navideña ha sido diseñada pensando en que nuestros clientes puedan preparar con antelación una de las épocas de mayor actividad comercial del año”.**

Como principal novedad, este año se incorpora la **colección Elfo Travieso**, inspirada en uno de los personajes más populares de la Navidad. Una línea que incluye tazas, bolsas y otros artículos decorativos y de regalo, creada para conectar con familias y niños, y que aporta valor diferencial al punto de venta y amplía sus posibilidades comerciales durante toda la campaña.



No obstante, la propuesta mantiene colecciones ya consolidadas, como la dedicada a los **Reyes Magos**, ofreciendo una gama completa de productos que ayudan a crear experiencias, decorar los hogares y mantener viva la ilusión de esas fechas tan especiales.

Económico y sostenible

CREA DE FORMA SENCILLA MATERIAL DE RELLENO A PARTIR DE CARTÓN USADO

Del residuo al recurso: embalaje sostenible con HSM ProfiPack

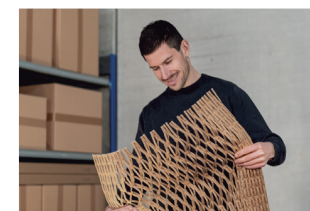
Las máquinas de relleno para embalaje ProfiPack ofrecen a las empresas una solución práctica para transformar cartón reciclado en material de embalaje de alta calidad. En lugar de desechar las cajas viejas, lo que implica altos costes,



puede producir material de relleno en un solo paso. Ideal para rellenar, amortiguar o envolver paquetes. Ya sea como unidad de sobremesa para pequeñas cantidades o como unidad con base sobre ruedas y con extracción opcional:

las robustas y potentes máquinas HSM ProfiPack están diseñadas para un funcionamiento continuo y silencioso. Perfectas para departamentos de envíos y logística de almacén.

Con la HSM ProfiPack, la sostenibilidad se convierte en una opción rentable. Reutilizar las cajas de cartón existentes no solo reduce los residuos, sino que también elimina la necesidad de comprar materiales de relleno adicionales como plástico de burbujas o virutas de poliestireno.



Producción de mallas plana y corrugada con la HSM ProfiPack C400 y P425

Al mismo tiempo, se eliminan los costes de transporte y almacenamiento, ya que el material de relleno se puede producir justo a tiempo, en la propia planta y según se necesite. Las empresas responsables pueden dar ejemplo y eliminar el plástico.

Invertir en una máquina HSM ProfiPack se amortiza rápidamente: un beneficio para el medio ambiente y para su bolsillo. Novedad: La HSM ProfiPack ecoChip transforma las cajas de cartón usadas en virutas de cartón, ideales para rellenar huecos y perfectas para el envío de productos no frágiles.



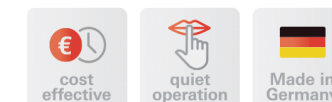
simple operation

HSM[®]
Great Products, Great People.



El embalaje ecológico puede ser muy fácil

Con máquinas para producción de relleno y protección de embalajes HSM ProfiPack.



www.hsm.eu



Navidad en la papelería

Envolver un regalo se convierte en una elección más consciente con «tesafilm® Crystal Recycled» y «tesafilm® Paper». Dos soluciones pensadas para el momento más intenso del año.

Con la llegada de las fiestas, la papelería vive uno de los momentos más intensos del año: el papel de regalo, los lazos y las cintas vuelven a ser protagonistas en el lineal. Al mismo tiempo, crece el número de consumidores que presta atención a los materiales que utiliza. En este escenario, tesa® propone dos referencias pensadas para acompañar la temporada navideña con soluciones más sostenibles.

tesafilm® CRYSTAL RECYCLED (CON MINI DISPENSADOR)

Un clásico con una imagen renovada. El soporte de la cinta está fabricado en un 90% con botellas de PET recicladas, y el núcleo del rollo y el mini dispensador incluido son de plástico 100% reciclado, con el contenido reciclado validado según el estándar UL 2809. Una vez aplicada, la cinta resulta prácticamente invisible sobre el papel de regalo, y su adhesivo sin disolventes no amarillea con el tiempo. El mini dispensador ergonómico permite utilizarla con una sola mano: una ventaja real cuando hay muchos paquetes que preparar.



tesafilm® PAPER

La primera cinta tesafilm® transparente fabricada en papel, con más de un 55% de material de base biológica procedente de bosques certificados y de otras fuentes



controladas. Se rasga sin necesidad de tijeras, y su superficie escribible permite personalizar paquetes, etiquetas y tarjetas con un simple trazo de bolígrafo.

“Ambas referencias pueden desecharse junto con el papel y el cartón sin comprometer el proceso de reciclaje, según certifica el Método INGEDE-12, justo en la época del año en la que más embalaje doméstico se genera. Para el punto de venta son dos propuestas de alta rotación, capaces de captar la demanda estacional sin renunciar a las prestaciones que han convertido a tesafilm® en una referencia en el mundo de las cintas adhesivas”.

uniball

JETSTREAM SPORT



- Suave desde el primer trazo
- Seca al instante
- Cero borrones
- Cuerpo ergonómico



ROLLERBALL

DISPONIBLE EN 2 TRAZOS



0,7mm / FINA
1,0mm / MEDIA

@uniballespana
@uniball_es

uni
www.uni-ball.es

*Porcentaje de materiales reciclados respecto al peso total del producto. (Se excluyen del cálculo las piezas consumibles y los componentes adhesivos.)

¡It's a match!

El match perfecto en la "Vuelta al Cole"

"Between the Lines", de Miquelrius, con portatodos bicolores de APLI



La colección formada por los **notebook "Between the Lines"**, presentada por APLI a principios del verano, con atractivas combinaciones de franjas de colores, tiene un diseño de alta precisión visual ideal para convertirse en un producto de alta demanda entre los escolares.

Incorpora unas **llamativas espirales de colores** y un **exclusivo acabado con el lomo sobreimpreso**, reforzando su carácter práctico con una estética Premium. Además, para potenciar el componente creativo, cada uno incluye en su interior un set de stickers, para organizar e identificar los apuntes.

La colección invita a **combinar el notebook con su portatodo a juego**, creando conjuntos impecables en tonos pastel. Los **portatodos, de dos colores**, tacto suave y cierres de calidad, completan este universo de diseño y creatividad.

Concebida para distintos perfiles de consumidor, ya sea el organizado, el minimalista, el soñador o el más extrovertido.

"It's a match! refuerza la identidad de APLI y Miquelrius en el segmento de la papelería de diseño, respondiendo a una demanda creciente de artículos que conecten emocionalmente con las nuevas generaciones".

APLI



MANLEY

ALPINO

DACS

PLAYCOLOR

INSTANT

uni
MITSUBISHI PENCIL

ONE P: Mucho más que un bolígrafo...
tu nuevo complemento imprescindible
¡Un accesorio que marca la diferencia!



“Pequeño, irresistible... y siempre contigo”. Así es ONE P, el roller que transforma la escritura en una expresión de estilo.

Inspirado en la estética japonesa kawaii, su diseño compacto, redondeado y en suaves tonos pastel lo convierten en ese accesorio que no sólo se utiliza... sino que se desea llevar siempre a mano.

Disponible en 6 colores tendencia, “se adapta a tu mood, a tu look y a tu día. Elige, combina, colecciona. Porque un solo **ONE P** nunca es suficiente”.

Incorpora un clip ultrarresistente que se fija donde sea necesario: cuadernos, bolsos o bolsillos. De ahí su eslogan “Siempre a mano, siempre listo”.

Su cuerpo ancho garantiza un agarre cómodo, mientras que su tinta de gel negra, intensamente pigmentada, ofrece una escritura precisa, limpia y con carácter, con un trazo de 0,5 mm perfecto para el día a día.



©2026 Pokémon / Nintendo / Creatures / GAME FREAK.



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.





Colores Garden.

Colores Sunny.

Colores Mystery Kawai.

Colores Christmas Kawai.

ABT Dual Brush, «Ediciones Limitadas Estacionales»

La marca Tombow ha lanzado estuches de 6 unid. de sus rotuladores **ABT Dual Brush**, ahora en cuatro ediciones limitadas con llamativos colores:

Garden, Sunny, Mystery Kawai y Christmas Kawai.



“Estos sets con colores de temporada, exclusivos y cuidadosamente combinados, son un regalo para diseñadores, decoradores y proyectos creativos”.



• Rotuladores DUAL BRUSH con tinta base agua

Un surtido completo de 107 colores luminosos y mezclador incoloro (blender). Sobre este surtido se han elaborado las 4 ediciones limitadas.

• Doble punta

Punta fina (trazo 0,8 mm) indicada para trazar con precisión y exactitud. Punta ancha de pincel flexible (trazo entre 0,8 mm y 3,3 mm) que permite crear diferentes anchos de trazo según la presión ejercida. Depósito de tinta compartido que garantiza una larga duración de ambas puntas.

• Colores acquarelables

Pueden mezclarse entre sí creando llamativas transiciones de color. Libres de ácidos e inodoros.

Perfectos para técnicas de *hand lettering*, *stamping*, *manga*, *urban sketching*, bocetos, acuarela, *bullet journaling*...

2027 EMPIEZA AQUÍ



Agendas y Calendarios para todas las necesidades



Buena organización
durante todo el año

Sets Manga

Tombow
From Japan to the whole world.

“Hyakka-Ryoran” Edición Limitada

Estos exclusivos sets para manga, con rotuladores Tombow ABT Dual Brush, están inspirados en la expresión japonesa *Hyakka-Ryoran* (百花繚乱), que significa “*cientos de flores en plena floración*” y simboliza la belleza, la abundancia y una explosión de color.

Gracias a su cuidada selección de tonos, los sets ofrecen una amplia variedad de posibilidades para añadir detalles vibrantes y crear dinámicas combinaciones de color en las ilustraciones manga.

Inspirados en la belleza de las flores japonesas, incluyen una cuidada selección de colores que representan la flor de cerezo (Sakura), camelia o iris.

CARACTERÍSTICAS Y CALIDAD PREMIUM

- Los **nuevos rotuladores ABT Dual Brush Pens** cuentan con dos puntas: una de pincel flexible, ideal para crear diferentes grosores de línea, y otra más fina para realizar detalles precisos.
- **Su tinta al agua** permite mezclar los colores fácilmente, lo que los hace perfectos para conseguir bonitos efectos de acuarela.
- **Sin olor.** No resistentes a la luz.
- **Water Brush.** Es decir, pincel de agua recargable: se regula presionando el cuerpo del pincel.



Set Manga Edición Limitada “Hyakka-Ryoran” Camellia Flower.



Set Manga Edición Limitada “Hyakka-Ryoran” Cherry Blossom.



Set Manga Edición Limitada “Hyakka-Ryoran” Iris Flower.

Además de 6 rotuladores ABT Dual Brush, cada set incluye 1 pincel de agua, 2 plantillas para colorear y 1 hoja en blanco para crear dibujos propios.

avante PL7

Nueva plataforma de distribución y mayorista de material de oficinas y escolar.

Impulsamos tu negocio.

Simplificamos tu día a día.



MARCAS LÍDERES + MARCAS PROPIAS

Catálogo completo con las marcas de referencia del sector junto con líneas propias de alta rentabilidad y máxima calidad.



AGILIDAD Y SERVICIO GARANTIZADO

Logística rápida y eficiente para responder a la demanda de tu negocio con la mejor relación calidad, precio y servicio.



TRATO CERCANO Y PERSONALIZADO

Trabajamos codo con codo contigo. Somos tu aliado de confianza para crecer juntos.



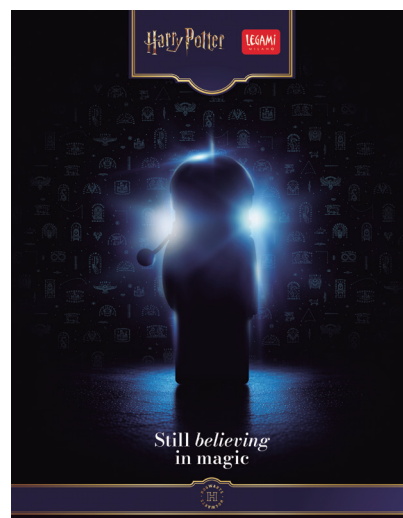
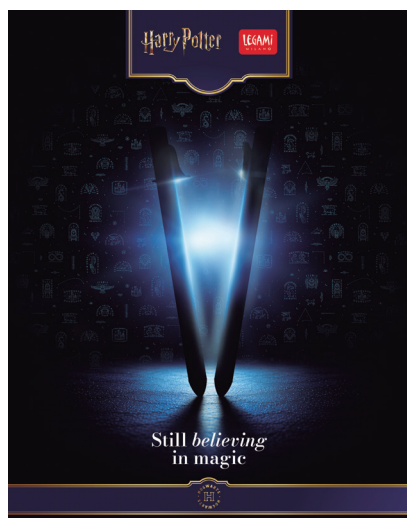
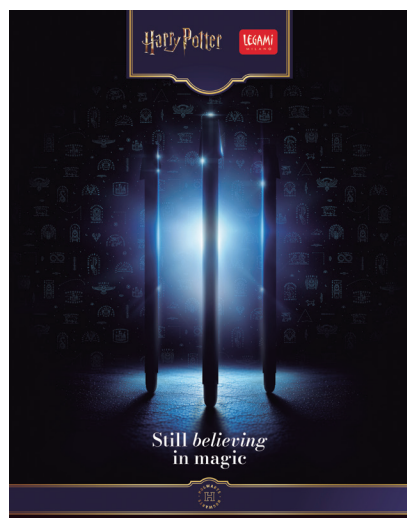
Contacta con nosotros
comercial@avantepl7.com

www.avantepl7.com



NUEVA COLECCIÓN que celebra el “25 Aniversario de Harry Potter y la piedra filosofal”

La marca italiana –Benefit Corporation desde 2023– distribuye sus productos a través de tiendas-boutiques propias, por lo que puede decirse que no guarda una relación muy estrecha con el comercio minorista del sector.



Desarrollada en colaboración con Warner Bros. Discovery Global Consumer Products (WBDGCP), la colección se presentó en el evento “Back to Hogwarts* 2026 Italy”, celebrado en Venecia, y está conformada por los artículos de papelería más icónicos de la marca italiana, desarrollados en exclusiva para esta colaboración.

Incluirá los best sellers de papelería más representativos de Legami, entre ellos sus coleccionables bolígrafos Borrables y Lovely Pens y los divertidos estuches Kawaii, todos con personajes emblemáticos de la saga de Harry Potter. Los detalles sobre la colección se darán a conocer en las próximas semanas.

Una historia que sigue conectada al público de todas las edades

«Harry Potter es una historia que sigue conectando con el público

El lanzamiento llega en un momento especialmente emocionante para los fans de Harry Potter de todo el mundo. Durante este año, la primera película de la saga, “Harry Potter y la piedra filosofal”, ha celebrado su 25.º Aniversario con un programa global de celebraciones, mientras la expectación de los fans por la continuación de la serie aumenta. La colección “Legami Harry Potter” estará disponible a partir de diciembre de 2026.

de todas las edades a través de valores como la amistad, la valentía y la imaginación», aseguró **Alberto Fassi** (CEO, Founder & Dreamer) en la presentación. “Estos valores se hallan también en el centro de lo que creemos en nuestra empresa y de lo que queremos expresar a través de todo lo que creamos.

Somos soñadores y creemos en la magia: la magia de las grandes historias, pero también la magia sencilla de los gestos cotidianos que crean conexiones auténticas e inspiran emociones positivas.

Estamos encantados de colaborar con WBDGCP, y dar la bienvenida

a Harry Potter al universo Legami, uniendo dos marcas que comparten una identidad sólida y un vínculo especial con su público”.

Por su parte, **Laura Gallucci** (Senior Director de Warner Bros. Discovery Global Consumer Products Italia) añadió: “Esta colección es una magnífica representación de la conexión

natural que existe entre Harry Potter y Legami, ya que combina una narrativa emblemática y un diseño creativo de una forma que resulta auténtica para ambas marcas. Inspirándonos en aquello que más les gusta a los fans del mundo mágico, nos enorgullece ofrecerles una manera divertida e imaginativa de celebrar la magia de Harry Potter cada día”.

* Back to Hogwarts se celebra todos los años el 1 de septiembre, fecha en la que los “estudiantes del mundo mágico” abordan el Expreso de Hogwarts en el Andén 9¾ de la estación King’s Cross de Londres, a las 11:00 h.



COLORES A5



@oceanswaveoficial @oceanswave

www.oceanswave.es

CARPETA DE POLIPROPILENO LAKELAND DISPONIBLE EN:

A4 con 4 anillas de 35 mm y cierre con goma.
A5 con 4 anillas de 25 mm y cierre con goma.

INCLUYE:

- Recambio de 80 hojas, 90 gr, 4x4 con 5 bandas de color.
- Fundas multitaladro extrafuertes. (10 en A4/5 en A5)
- 5 separadores de colores.
- Sobre extrafuerte portadocumentos.
- 50 banderitas.
- Estuche en A5 con cremallera. (Sólo incluido en el tamaño A4)



¿POR QUÉ ES TAN RELEVANTE LA PROTECCIÓN DE DATOS?

«Refuerza la seguridad, protege la empresa y cumple con la normativa»

AUMENTA LA SEGURIDAD DE TUS DATOS

con Fellowes



Guía para entender el RGPD y la NIS-2
Incorpora la protección de datos en tu actividad diaria

Fellowes

“Ofrece una visión clara de la Normativa RGPD y la Directiva NIS-2, ayudando a entender nuestras obligaciones sobre el tratamiento de la información y a actuar con seguridad con los datos”.

La nueva Guía «AUMENTA LA SEGURIDAD DE TUS DATOS»* elaborada por Fellowes con motivo de su campaña sobre protección de datos, aporta información importante sobre la normativa RGPD y la nueva directiva NIS-2, y sobre cómo ambas obligan a las organizaciones a proteger los datos sensibles (de personas) de forma responsable, tanto en formato físico como digital. Los incumplimientos pueden acarrear multas significativas, pérdida de confianza y, en algunos casos, responsabilidad directa para los equipos directivos. A continuación se resumen algunos de los aspectos más importantes que contiene la guía.

¿QUÉ SE CONSIDERA DATO PERSONAL?

Los datos personales son cualquier información que permita identificar, directa o indirectamente, a una persona física. Pueden encontrarse en formato digital o físico, y su protección debe ser integral.

¿QUÉ ES LA NIS-2?

La Directiva sobre la *Seguridad de las Redes y de la Información* (NIS-2) está destinada a mejorar la ciberseguridad y la resiliencia operativa en **sectores estratégicos**. Reconoce que las economías actuales dependen de la infraestructura digital, y que los incidentes cibernéticos pueden provocar interrupciones graves con consecuencias económicas y sociales. Por ello, la normativa se aplica tanto a entidades esenciales, como a entidades importantes.

Entidades esenciales: Energía, Transporte, Infraestructura digital, Banca, Infraestructuras de mercados financieros, Agua potable, Gestión TIC, Administración pública, Sector espacial, Aguas residuales y Sanidad.

Entidades importantes: Servicios postales y de mensajería, Gestión de residuos, Industria manufacturera, Producción química, Investigación, Producción alimentaria y Proveedores de servicios digitales.

Las empresas incluidas en el ámbito de NIS-2 deben implementar medidas preventivas y mecanismos de respuesta.

El incumplimiento de la NIS-2 puede tener graves sanciones y consecuencias financieras y operativas: 10 millones de euros o el 2% de la facturación global anual para *entidades esenciales*, y 7 millones de euros o el 1,4% de la facturación global anual para *entidades importantes*.

¿QUÉ ES EL RGPD?

El *Reglamento General de Protección de Datos* (RGPD) regula desde 2018 el tratamiento de datos personales en la UE y Reino Unido. Su objetivo es garantizar que los datos se gestionen de forma lícita, transparente y segura, respetando los derechos de las personas.

La Guía Fellowes desarrolla los **6 principios fundamentales del RGPD** en los que debe basarse toda estrategia de protección de datos.

El incumplimiento con la RGPD contempla sanciones económicas significativas: 2 millones de euros o el 4 % de la facturación global (lo que sea mayor).

También es interesante la Tabla Comparativa visual de ambas normativas, así como una lista de **Acciones prácticas** para reforzar el cumplimiento normativo en la actividad diaria. Además aporta información sobre las soluciones tecnológicas de Fellowes en este apartado.

“Desde la *destrucción segura*, hasta el *archivado eficiente* y la *protección visual de la información*, Fellowes aporta soluciones que contribuyen a proteger los datos en cada fase de su ciclo de vida”.

* “Aumenta la seguridad de tus Datos” puede consultarse en www.fellowes.com

mine®
make it easy

Más de 15 años marcando todo lo que te imagines...

¡Ahora con Real Madrid, Barça y Hello Kitty!



Soluciones creativas diseñadas para familias

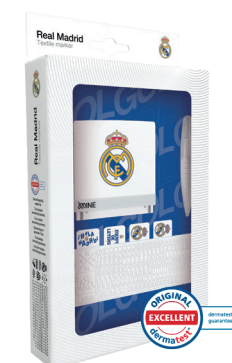
Sello personalizable para ropa y objetos

Etiquetas termoadhesivas para ropa

Etiquetas laminadas para objetos

Parches termoadhesivos para ropa

Etiquetas reflectantes de alta visibilidad



CATÁLOGO

LA “SERIE FRIXION”, de PILOT CORPORATION, ha alcanzado unas ventas globales acumuladas de 5.000 millones de unidades

Tal cantidad, realmente fabulosa, ha sido hecha pública por PILOT CORPORATION: las ventas globales acumuladas de la serie de instrumentos de escritura borrable **Frixion** –lanzada al mercado europeo en 2006– alcanzaron los 5.000 millones de unidades en ventas el 31 de diciembre de 2025.

La gran familia “Frixion”, comercializada actualmente en más de 100 países y regiones, se caracteriza por facilitar una escritura que se borra con calor. Tras más de 30 años de desarrollo, el bolígrafo fue lanzado por primera vez en Europa hace 20 años –en Japón en 2007–, y desde entonces PILOT CORPORATION ha ampliado la línea a bolígrafos, rotuladores, lápices de colores y otros productos, creando así una nueva categoría en el mercado de instrumentos de escritura. La gran innovación se halla en su tinta, que contiene microcápsulas especiales con tres componentes: un formador de color, un revelador del mismo y un regulador de temperatura para el cambio de color.

La practicidad de Frixion ha recibido grandes elogios, especialmente en el ámbito profesional, donde son



ideales para soportes como agendas que requieren cambios frecuentes en las anotaciones.

“Frixion es utilizado por muchas personas en muy diversos entornos, siempre con una excelente acogida, por lo que su fabricante seguirá explorando nuevas posibilidades y ampliará su línea de productos, mejorando su rendimiento y desarrollando nuevas funciones”.

NUEVOS DISEÑOS DE LOS LÁPICES SERIE “IPPO!”, de Tombow

Siempre curiosos con los lanzamientos que las grandes marcas realizan, incluso en otros países, para conocer las tendencias del diseño en papelería escolar y de oficina, he aquí los nuevos diseños –con degradados ultradelicados– de los lápices “ippo!” de Tombow.



“DISEÑOS QUE SE AJUSTAN A LO QUE PARECEN SER LOS REQUISITOS DE LAS ESCUELAS JAPONESES: AUSENCIA TOTAL DE PERSONAJES EN LO QUE SE REFIERE AL MATERIAL ESCOLAR”.

El lanzamiento amplía la serie “ippo!” de material escolar diseñada para apoyar a los niños en sus primeros pasos en el aprendizaje: nuevos diseños “Gradación Sirena” y “Gradación Hada”.

“Gradación Sirena” Diseño centrado en degradados azules que evocan el océano, hogar de las míticas sirenas, con toques rosados que recuerdan las conchas marinas y los corales.

“Gradación Hada” Colores brillantes –amarillo, verde amarillento y rosa– inspirados en las flores y el follaje de un bosque donde habitaran las hadas. Ambos diseños ofrecen una estética fantástica que evoca la sensación de adentrarse en un sueño.

Todos con cuerpo hexagonal y dureza 2B.

—¡BORRADOR RESISTENTE A LAS ROTURAS “IPPO!”—

Diseñado para resistir roturas y agrietamientos, incluso con el uso de niños de primaria, que pueden carecer de un control preciso de la presión o de la técnica para borrar. Hasta ocho veces más resistente a la rotura, cuenta con un diseño que evita que la goma se desplace en la funda.



COLOP GALARDONADA CON EL “PREMIO QUALITY AUSTRIA CERTIFICATION GMBH”



“Estamos orgullosos de nuestras certificaciones ISO, de larga trayectoria para nuestros sistemas de gestión de calidad y medio ambiente, que transmiten un mensaje claro a nuestros clientes”, explicó Christoph Skopek (Director General de COLOP), refiriéndose al premio otorgado por Quality Austria.

COLOP, fabricante internacional de soluciones de estampado y marcado, con sede en Wels (Austria), ha sido galardonada por su larga trayectoria de certificación de sus sistemas en las áreas de gestión de la calidad y gestión ambiental.

La empresa cuenta con la certificación ISO 9001 desde el 19 de febrero de 2001, lo que representa 25 años de gestión de la calidad certificada, y la certificación de gestión ambiental según la norma ISO 14001 desde julio de 2008. Con estas certificaciones, COLOP demuestra que sus procesos, estándares y procedimientos se han perfeccionado a lo largo de los años, y que su calidad es verificada por organismos externos.

“Queremos destacar especialmente la conciencia medioambiental de nuestra empresa, y felicitar a todos los implicados por estas certificaciones”, declararon **Christoph Mondl** y **Werner Paar** (Directores Generales de Quality Austria Holding GmbH).

Scotch Kids® Nueva cinta adhesiva para pequeños creadores

La multinacional 3M, a través de su marca **Scotch™**, ha lanzado la cinta adhesiva **Scotch® Kids** para ayudar a los niños en sus manualidades creativas.

Para niños a partir de cuatro años, la cinta adhesiva facilita los proyectos de manualidades, decoración y construcción. “La nueva línea anima a los niños a poner en juego su imaginación, y dar vida a sus mejores ideas con materiales sencillos y sin el desorden del pegamento. Scotch® Kids les brinda sus propias herramientas para la creatividad práctica, lejos de las pantallas digitales”. Amanda Dauphinais (Vicepresidenta de Estrategia Global de Producto de 3M).



Sharpie

SHARPIE® Y UNDER ARMOUR® lanzan una colección cápsula de edición limitada



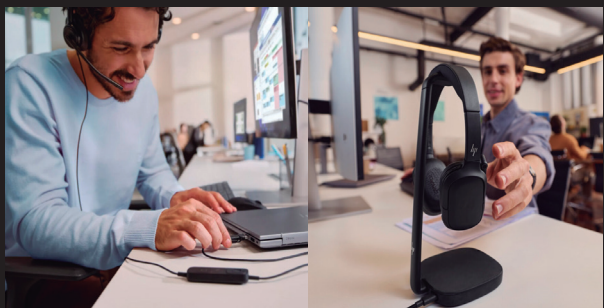
—DE BOCETOS CON ROTULADOR, A UNA ZAPATILLA DE BALONCESTO EXCLUSIVA— Así es la colección de zapatillas de baloncesto **Fox 2 x Sharpie**, de Under Armour, con ilustraciones dibujadas a mano con los rotuladores Sharpie, inspiradas en los momentos y los recuerdos que han marcado a De'Aaron Fox –famoso baloncestista de NBA– dentro y fuera de la cancha. “Me encanta que esta colección capture la sensación de ser niño, dibujar en cuadernos y dejar volar la imaginación”.

Las zapatillas **Fox 2 x Sharpie** fueron lanzadas en exclusiva en [UnderArmour.com](https://www.underarmour.com) el 23 de julio, con un precio de venta al público de 130 dólares. Una colección cápsula adicional de Sharpie® x Under Armour se lanzará más adelante, en otoño, con prendas de vestir, calzado y accesorios inspirados en las diversas formas en que los jóvenes atletas expresan su creatividad: desde manuales de juego, hasta **cuadernos de bocetos** con motivos dibujados con los rotuladores Sharpie. “Sea que estés dibujando una nueva idea, personalizando tu par de zapatillas favorito o creando algo totalmente original, Sharpie da a los creativos la confianza para expresarse. Eso es lo que hace que esta colaboración con Under Armour sea tan emocionante”, declaró Kris Malkoski (Presidente del Segmento de Aprendizaje y Desarrollo de Newell Brands).

El audio como herramienta estratégica en la nueva generación del trabajo híbrido

“En el actual ecosistema empresarial, en el que las fronteras entre la oficina, el hogar y los espacios de movilidad se han difuminado, la calidad de la comunicación se ha convertido en un activo estratégico”.

HP a través de su división Poly, ha respondido a este reto con el lanzamiento de dos nuevas familias de auriculares: **HP Poly Mission USB Series** y **HP Poly Focus**. Estas soluciones no sólo buscan transformar la experiencia de audio profesional, sino también simplificar la operativa para los departamentos de TI en organizaciones cada vez más distribuidas, pero siempre desde un prisma que combina el uso de ordenador y periféricos para comunicarse con los compañeros.



Una estrategia dual para un mercado fragmentado

La propuesta de HP se basa en una segmentación clara del usuario profesional. Mientras que la serie **HP Poly Mission** está diseñada para entornos intensivos en comunicación y contacto continuo, como centros de atención al cliente o ventas, la serie **HP Poly Focus** se orienta a modelos de trabajo flexibles y móviles. Ambas gamas comparten el objetivo de eliminar las fricciones tecnológicas y mejorar tanto la productividad individual, como la colectiva.

El audio como herramienta estratégica

Con la llegada de las dos series HP refuerza la idea de que los auriculares profesionales han dejado de ser un simple accesorio, para convertirse en habilitadores clave de la experiencia del empleado. “Al reducir los errores de comunicación, minimizar el impacto del ruido y simplificar la gestión de inventario para el equipo de TI, estas soluciones se posicionan como una inversión crítica para cualquier empresa que aspire a liderar en la era del trabajo híbrido”.

El fabricante de rotuladores edding y la marca berlinesa de ropa urbana IRIEDAILY lanzan una Campaña en pro de la «Democracia Permanente» en Alemania

Una curiosa iniciativa, lanzada el pasado 26 de marzo de 2026, en Berlín, como un llamamiento a la participación activa en una democracia vibrante en Alemania.

El impulso de esta campaña proviene del creciente ambiente de polarización social que se respira en Alemania, con el auge de movimientos que cuestionan su modelo político. “La democracia no es algo que se pueda dar por sentado, porque sólo se fortalece cuando los ciudadanos la defienden”, es uno de los argumentos principales de sus promotores.

Per Ledermann (CEO de edding Group) y **Walt Molt** (CEO de IRIEDAILY) resumen así lo que la campaña significa para ellos personalmente, y para sus empresas: “¡Bienvenidos a esta democracia! Es inestable, frágil, y precisamente por eso tenemos que protegerla. Compartimos un sueño sencillo pero poderoso: que todos, independientemente de su origen o voz, tengan los mismos derechos y oportunidades. Esto no es un lujo, sino la base de nuestra convivencia. Necesitamos una verdadera alianza, no sólo seguir a la multitud, sino defendernos mutuamente. Con esta iniciativa, queremos recordar a todos la importancia de alzar la voz y mantener viva la democracia. Quizás incluso podamos animar a otras empresas a que hagan lo propio. Al fin y al cabo, todos nos beneficiamos de nuestro sistema democrático”.



LÍNEA DE ROPA URBANA DE EDICIÓN LIMITADA

A caballo de esta iniciativa, edding e IRIEDAILY han creado una línea de ropa urbana de edición limitada compuesta por una sudadera con capucha, dos camisetas, un bolso tote y el rotulador de edición limitada «edding 2029 Permanent Democracy». El número 2029 alude a las próximas elecciones federales alemanas como un momento crucial para el cambio democrático. Algunas de las prendas presentan detalles especiales que fomentan la expresión cotidiana, como el bolsillo integrado para el rotulador en la sudadera con capucha y en el bolso tote.

BACK to SCHOOL

26



Pol. Ind. Etzezarreta 4
20749 – Aizarnazabal
Gipuzkoa

pardo

SINCE 1957

www.plasticospardo.com

Tel. 943 833 800
Fax. 943 831 853
ventas@plasticospardo.com

Nueva edición del Torneo –DSG PLUS MEMORIAL RAFAEL REY DÍAZ–

A finales de junio de este año 2026, el Real Aeroclub de Santiago de Compostela acogió el I Torneo DSG PLUS MEMORIAL RAFAEL REY DÍAZ, que ahora repite convocatoria.

El II Torneo de Golf DSG tendrá lugar el 2-3 de octubre en el Club de Golf Val de Rois, de A Coruña. El evento, creado en honor del fundador del Grupo DSG, que volverá a reunir a numerosos profesionales del sector que colaboran con la empresa, se disputará en la modalidad Stableford, que permite que jugadores de distintos niveles puedan disfrutar de la experiencia en igualdad de condiciones.

"La finalidad del torneo no es sólo deportiva, sino de disfrute y de compartir y dar valor a las relaciones que verdaderamente importan, rodeados de personas con las que hemos construido camino y queremos seguir haciéndolo... En un entorno único, y en torno a un deporte que representa los valores que sentimos como propios: respeto, compromiso y constancia", enfatizan Rafael y Alejandro Rey Couso.

ALFIL.BE INCORPORA EL PRIMER OUTLET FÍSICO DE "MR. WONDERFUL" DENTRO DE SU RED

Alfil.be Papelería & Hobby inauguró recientemente en Igualada (Barcelona)

un nuevo establecimiento que integra el primer outlet físico de "Mr. Wonderful" dentro de una tienda de la cadena. La apertura es un reto como innovación en el punto de venta, y por el desarrollo de nuevos formatos vinculados al comercio de proximidad.

La nueva tienda ofrece un espacio dual que combina la propuesta habitual Alfil.be, con una selección de material creativo, regalos, artículos de impulso y productos outlet de la marca, para generar una experiencia de compra más dinámica y diferencial.

"La colaboración con Mr. Wonderful nos permite explorar nuevos formatos y generar una experiencia de compra más sensorial y contemporánea", explicó **Pedro Parra** (Responsable de Operaciones de Alfil.be). La franquicia cuenta con más de 120 puntos de venta en España.



ADESTOR SELF-ADHESIVES: Proveedor principal de la colección oficial de cromos Panini de la Copa Mundial de la FIFA 2026™

En el Mundial la FIFA 2026™, de Estados Unidos, México y Canadá, que ganó España, Adestor ha desempeñado un papel fundamental entre bastidores: la producción de la colección oficial de cromos Panini.

Como marca líder mundial en hojas autoadhesivas, y con la mayor capacidad instalada de corte a nivel global, Adestor estuvo en una posición única para afrontar un proyecto de esta magnitud y garantizar su éxito.

"Queremos agradecer a todo el equipo de Panini su colaboración y profesionalidad. A día de hoy ya podemos celebrar el gran éxito de la campaña, de la que nos sentimos partícipes también".



"En un mundo cada vez más digital, no hay algo especialmente tan valioso como contribuir a la creación de un producto físico que las personas pueden tocar, disfrutar, compartir y coleccionar, generando momentos únicos en familia. Un producto que lleva consigo emociones, historias y recuerdos inolvidables, que pasarán de generación en generación".

Looking to the future

Adestor Self-Adhesives –antes llamada Lecta Self-Adhesives– ha dado un paso más en su evolución y se consolida como una compañía independiente que centra totalmente su estructura y sus equipos en el segmento de mercado de los materiales autoadhesivos.

"Entramos en una nueva etapa en la que todos los que formamos Adestor Self-Adhesives vemos una gran oportunidad para definir nuestra estrategia de futuro y orientar todos nuestros recursos, tanto humanos como financieros, a los clientes de etiquetas autoadhesivas, ofreciéndoles máxima calidad y servicio", asegura **Ricard Balart** (CEO de Adestor Self-Adhesives).

Intergift prepara su cita de 2027 centrada en la inspiración, el diseño y el negocio

La Feria Internacional de la Decoración y el Regalo, organizada por IFEMA MADRID, celebrará su próxima edición del 3 al 6 de febrero de 2027.

"Hay espacios que cuentan historias, reflejan estilos de vida y despiertan emociones. Detrás de ellos hay materiales, texturas, colores, objetos y propuestas creativas que encuentran en **Intergift** uno de sus principales escaparates profesionales". Del 3 al 6 de febrero de 2027, la Feria Internacional de la Decoración y el Regalo, organizada por IFEMA MADRID, volverá a reunir a empresas y profesionales en torno a las novedades en interiorismo, decoración, edición textil y regalo.



Cuatro grandes espacios

Intergift articulará su oferta en torno a cuatro grandes áreas especializadas.

• **Editores Textiles** Las tendencias que visten los interiores: tejidos decorativos, papeles pintados, revestimientos murales y soluciones textiles que marcarán las tendencias en hogares, alojamientos, oficinas y otros espacios comerciales durante la próxima temporada.

• **Home & Design** Diseño para transformar los espacios: mobiliario, iluminación, diseño contemporáneo y equipamiento se darán cita en este espacio para configurar un escaparate de propuestas pensadas para proyectos residenciales, contract y comerciales.

• **Deco, creatividad** Estilo y personalidad para el hogar: artículos de decoración, menaje, artesanía, fragancias y otros complementos. Así mismo, la zona albergará lo último en decoración navideña.

• **Gifts** Artículos de regalo, papelería, souvenirs, gadgets y objetos inspiracionales concebidos para aportar frescura y diferenciación a la oferta comercial de tiendas y establecimientos especializados. Dentro de este área destacará la Zona NEO, dedicado a las propuestas más creativas de marcas líderes en este segmento tan especial.



¿Conoce las ventajas del grupo starPLUS?

- » acuerdos con los fabricantes más importantes
- » mejora en las condiciones de compra: mayores descuentos y precios netos más bajos. Con negociación de rappel
- » folletos y catálogos propios (oficina y escolar)

Todo orientado a la mejora de su negocio, además:

- » sin cuota de entrada
- » sin cuota mensual
- » con zonas exclusivas

En la actualidad el grupo lo componen más de 70 papelerías y suministradores de oficina y escolares repartidos por la geografía nacional. **Todavía hay zonas disponibles.**



Para más información llámenos al 91 352 91 32



“Red Dot Design Award 2026”: Tendencias actuales en diseño de productos. Visibilizando los cambios a largo plazo

En 2026, Red Dot cumple 70 años de historia del diseño buscando los mejores productos de consumo del año en todo el mundo. Los seleccionados por un jurado de Red Dot para ganar uno de los premios son siempre estéticamente atractivos, funcionales, sostenibles o innovadores, y todos comparten un diseño excepcional. El concurso recibe propuestas de más de 70 países cada año. En este contexto, no sólo reflejan las tendencias actuales en diseño, sino que también visibilizan los cambios a largo plazo a nivel global y en sectores diversos.

LOS 10 PRODUCTOS RED DOT 2026 EN LA CATEGORÍA DE «ARTÍCULOS DE OFICINA Y PAPELERÍA» QUE HAN CONQUISTADO AL JURADO

1. Gama de reposamuñecas y alfombrillas de escritorio Breyta™, de Fellowes: Por su lógica de diseño clara, que combina funcionalidad ergonómica y modularidad para lograr un resultado coherente.

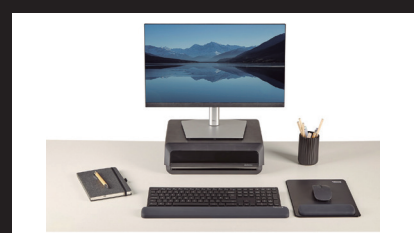
2. Organizador de escritorio portátil Leitz, de ACCO Brands Porque es una estética «caja de herramientas» para la nueva forma de trabajar.

3. Bolígrafo Avori, de Faber-Castell Por la serenidad visual en una estética coherente y sostenible.

4. Cinta Correctora Nimble, del fabricante chino Guangdong Lepusheng Stationery Por su diseño ergonómico y cómodo.

5. Pluma de Caligrafía Flexible BambooLine, de Deli Group Por su precisa combinación de una punta de escritura flexible, un sistema de recarga y una forma definida.

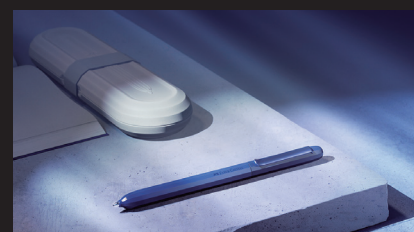
6. Portaminas AIMVISION PRO, de KAYOU Corporation Por su diseño, materiales y ergonomía equilibrados con precisión, garantizando una alta exactitud en el dibujo.



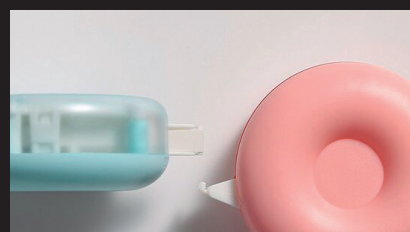
1. Colección de escritorio Breyta™.



2. Stationery Leitz Portable Desk Organisersc



3. Bolígrafo Avori.



4. Cinta Correctora Nimble.



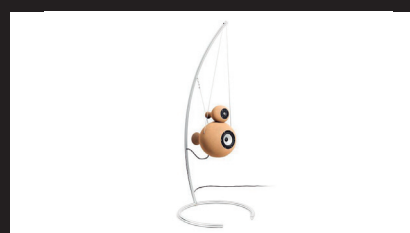
5. Pluma de Caligrafía Flexible BambooLine.



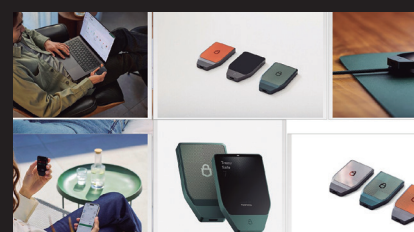
6. Portaminas de dibujo AIMVISION PRO.



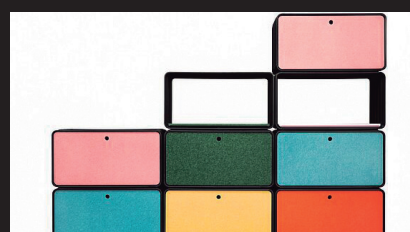
7. Perforadora de seis agujeros Ease-Punch.



8. Altavoz flotante ECONIK 1851.



9. Cartera de Hardware Trezor Safe 7.



10. Sistema de estanterías WAVE.

7. Perforadora de seis agujeros Ease-Punch, de Deli Group Por su mecanismo de palanca de nuevo diseño y una figura redondeada y discreta que promueve la facilidad de uso.

8. Altavoz flotante ECONIK 1851, de Hifi Pilot Porque combina forma sorprendente y acústica equilibrada. Su carcasa está fabricada con arena de cuarzo mediante impresión 3D.

9. Cartera de Hardware Trezor Safe 7, de Trezor Company Por su precisa fabricación, su diseño gráfico de superficie y una interfaz de usuario claramente estructurada.

10. Sistema de estanterías WAVE, de Form AG Por su marco fabricado con impresión 3D y hecho de fibras de carbono recicladas, lo que garantiza un menor consumo de material.

DIRECTORIO WEB

...DE LAS PRINCIPALES MARCAS DEL SECTOR



ACCO BRANDS

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



ACCO BRANDS
Esselte

Vía Augusta, 20
08006 BARCELONA

APLI PAPER

www.apli.com
apli@apli.com



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

APLI PAPER

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



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

ARGUVAL

www.arguval.com
info@arguval.com
☎ (+34) 952 31 87 84



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

CARIOCA

www.carioca.com/es
☎ (+34) 93 335 43 00



CARIOCA
Plaza Europa 9-11
08907 L'Hospitalet de Llobregat
BARCELONA

COLOP ESPAÑA

www.colop.es
info@colop.es
☎ (+34) 93 506 75 06



COLOP
MARKING SOLUTIONS
Dels Cirerers, 84. Nave 3
08940 Cornellà de Llobregat
BARCELONA

CS GROUP

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



Comercial del Sur
DE PAPELERÍA S.L.
Bodegueros, 54
29006 MÁLAGA

CYP BRANDS

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



CYP BRANDS
Camino de las Labores, 27
28440 Guadarrama
MADRID

DIVINE DESIGN

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



DIVINE DESIGN
presents with future
Homero, 31
08023 BARCELONA

DOHE

www.dohe.es
☎ (+34) 91 604 80 18



DOHE
Camino de Madrid, 14
28970 Humanes de Madrid
MADRID

FABRIANO - SADIPAL

www.fabriano.com
☎ (+34) 972 49 31 31



FABRIANO
Sadipal
Jaume I, 44
17180 Vilablareix
GIRONA

FELLOWES

www.fellowes.es



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



DIRECTORIO WEB

...DE LAS PRINCIPALES MARCAS DEL SECTOR

FERNANDO A. MOLL

info@fernandomoll.com
☎ (+34) 966 42 05 70



Ronda Murallas, 15
03700 Denia
ALICANTE

FILA IBERIA

www.filaiberia.com
info@filaiberia.com



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

FINOCAM

Cabero Group 1916, S.A.
www.finocam.com
☎ (+34) 93 777 18 94



Enclusa, 1. Pol. Ind. Can Comelles
08292 Esparreguera
BARCELONA

FRAGA IMPORT

www.fragaimport.com
☎ (+34) 91 318 05 30



Fernando Alonso, 63
08914 Leganés
MADRID

HAMELIN BRANDS

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

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



José Echegaray, 10
28100 Alcobendas
MADRID

IND. MASATS

www.flamasats.com
☎ (+34) 93 475 85 00



Metalurgia, 38
08038 BARCELONA

JOVI

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



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



Homero, 31
08023 BARCELONA

MAIN PAPER

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



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

MIMBEK

www.mimbek.com
mimbek@mimbek.com
☎ (+34) 943 04 30 42



20305 Irún
GUIPÚZCOA

MOLESKINE

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



Balmes, 224-3ª-1ª
08006 BARCELONA

MOLIN

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



Paseo Ferrocarriles Catalanes, 217
08940 Cornellá
BARCELONA

NOVUS-DAHLE

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



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

PILOT

www.pilot-es.es
☎ (+34) 91 501 67 05



Pl. López de la Plata, 4
28043 MADRID

PLICO

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



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

POESSA

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



Avda. Cervantes, 35
48970 Basauri
VIZCAYA

ROCADA

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



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

SAM

sam@sam-manipulados.com
www.sam-manipulados.com
☎ (+34) 91 415 10 04



Emilio Vargas, 18. Esc. 2, 1ª B
28043 MADRID

SBS SOFTWARE

www.sbssoftware.es/verifactu
comercial@sbssoftware.es
☎ (+34) 96 642 62 04



ALICANTE / DENIA / VALENCIA

SELLOS MINE

contacto@minestamp.com
www.minestamp.com
☎ (+34) 93 506 75 06



Mandri, 58
08022 BARCELONA



DIRECTORIO WEB

...DE LAS PRINCIPALES MARCAS DEL SECTOR

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

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



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

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



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

STARPLUS www.starplus-es.com



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

SYLVAMO www.sylvamo.com
 ☎ (+34) 657 818 992



París, 162
 08036 BARCELONA

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



Selva de Mar, 125. Planta 10
 08020 BARCELONA

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



Balmes, 224-3ª-1ª
 08006 BARCELONA

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



DISTRIBUCIÓN

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

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



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



Homero, 31
 08023 BARCELONA

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



Homero, 31
 08023 BARCELONA



Antes era una botella.

tesafilm® Crystal Recycled Mini Dispenser: una solución más sostenible para envolver tus regalos.

- Soporte de la cinta fabricado en un 90% con botellas de PET recicladas
- Transparencia cristalina: prácticamente invisible sobre el papel de regalo
- Se utiliza con una sola mano, ideal para envolver regalos
- Cinta desechable con el papel y el cartón, certificada según el Método INGEDE 12





DESCUBRE LA NUEVA GAMA

¡PINTA PERSONAJES 3D POR NÚMEROS,
MÓNTALOS Y DIVIÉRTETE JUGANDO CON ELLOS!



**SUPER
HEROES**

ROBOTS

**Fantastic
Creatures**

Pets



www.jovi.es



jovi_es



canaljovi



jovi.spain



canaljovi