

Por Caroline Martin
Especial para *O Papel*



Bignardi: “Nossa expectativa é de que 2014 seja um ano de demanda aquecida para o nosso setor, beneficiado pelos diversos eventos que ocorrerão no País”

Grupo Bignardi comemora premiação de caderno espiralado da Jandaia, mas já aspira atuar em outros segmentos da indústria de papel

Em janeiro último, a Jandaia conquistou o Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini. O caderno *O Pequeno Príncipe* foi eleito o melhor do Brasil, na categoria Cadernos Escolares Espiralados, conforme a Norma ABNT 157333. Criado em 1991, o prêmio destaca-se como o principal concurso do segmento gráfico brasileiro e conta com certificado ISO 9001:2008 para garantir a qualidade do processo de premiação.

Feliz pela conquista, o diretor industrial e de marketing da Jandaia, Ivan Bignardi, comemora o reconhecimento dos esforços em inovação feitos ao longo dos últimos anos. Ele também credita parte do mérito à escolha do personagem. “O Pequeno Príncipe é um dos personagens mais famosos e queridos de todos os tempos, pois empolga crianças e adultos com ensinamentos inesquecíveis. Sua história deixa marcas pela forma simples de suas mensagens de otimismo e amor ao nosso planeta.”

Hoje, a capacidade do Grupo Bignardi é dividida entre a Bignardi Papéis, que produz cerca de 60 mil toneladas de papel por ano, e a Indústria Gráfica Jandaia, com cerca de 30 mil toneladas anuais de produtos. Na entrevista concedida à *O Papel*, o executivo aborda as estratégias comerciais por trás da produção total e traça um panorama sobre o segmento de papéis de imprimir e escrever. “Sem ficarmos alheios às ameaças presentes a este mercado, estamos produzindo estudos e buscando novas oportunidades em outros segmentos do nosso setor”, afirma.

O Papel – Quais diferenciais do caderno *O Pequeno Príncipe* se destacaram e resultaram na conquista do Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini?

Ivan Bignardi – Ao longo dos últimos anos, realizamos constantes investimentos na melhoria de nosso parque fabril. Atualmente, a tecnologia de ponta de nossas máquinas permite realizar o que há de mais moderno em aplicações gráficas no mundo. O prêmio, respeitado internacionalmente pelo nível dos trabalhos apresentados, já rompeu a barreira de 1.500 produtos inscritos e reconheceu a qualidade gráfica dos processos aplicados no caderno *O Pequeno Príncipe*. Enxergamos esta conquista como uma recompensa por nossos esforços em fazer da Jandaia uma empresa inovadora, que busca a perfeição em produzir material escolar de qualidade superior.

O Papel – Além das aplicações gráficas que o senhor citou, a qualidade dos papéis usados para produção da capa e do miolo do caderno está entre esses diferenciais? A qualidade da matéria-prima tem influência, por exemplo, na impressão e no acabamento do caderno?

Bignardi – Sim, a qualidade da matéria-prima é fundamental para possibilitar a aplicação de processos gráficos de alta performance. O papel da capa, por exemplo, deve ter bom corpo para absorver, além da carga de tinta offset, o adesivo para laminação, o filme BOPP e a carga de verniz serigráfico. Outra característica essencial a esse tipo de papel é a brancura. Quanto ao papel do miolo dos cadernos, deve necessariamente ser offset, para garantir melhor qualidade no processo offset e flexográfico, assim como melhor performance de produção. A brancura e a opacidade também são quesitos exigidos nesse papel.

O Papel – De que forma o Grupo Bignardi integra sua produção de papel à de cadernos da Jandaia?

Bignardi – Gerenciamos as empresas do grupo como unidades independentes de negócio. A Bignardi Papéis objetiva destinar praticamente a totalidade de sua produção ao mercado. A matéria-prima utilizada pela gráfica Jandaia também é adquirida no mercado. A verticalização da produção ocorre somente em momentos estratégicos para a operação. Um exemplo eficiente de verticalização é o uso do papel reciclado Eco Millennium, produzido em nossa própria planta, para a confecção de cadernos e agendas de apelo sustentável, como as linhas Eco Linea, Eco Way e Coke Recicle. Optamos por esse formato de negócios como uma estratégia comercial.

O Papel – Nos últimos anos, o Grupo Bignardi realizou investimentos em seus parques fabris que otimizaram a produção e a integração das unidades? Quais incrementos podem ser citados como exemplo e quais resultados positivos trouxeram ao processo fabril?

Bignardi – Sim, realizamos investimentos de grande porte em ambas as unidades fabris do grupo. Exemplo disso é a duplicação da capacidade produtiva da Bignardi Papéis, por meio da aquisição de uma nova máquina em 2007. Hoje, a qualidade de nossos papéis é equivalente à dos maiores players do mercado. Em 2011 e 2013, também incrementamos e qualificamos nossa capacidade de corte e embalagem folio size, com investimentos em uma segunda cortadeira Pemco e uma embaladeira Wrapmatic, proporcionando excepcional qualidade do produto final. Na unidade gráfica, nos últimos cinco anos, foram efetuados investimentos relevantes para aquisição de novas máquinas e equipamentos, os quais possibilitaram aumentar a capacidade produtiva da empresa, além de aprimorar substancialmente a qualidade dos recursos gráficos utilizados no processo produtivo. Nos últimos cinco anos, ainda investimos em três máquinas Bielomatik para produção de cadernos espirais, uma impressora offset Heidelberg e três máquinas Kolbus para armação de capas. Em setembro último, demos início às operações de uma caldeira de biomassa, substituindo o uso de gás natural por combustível de origem renovável, para ser a fonte energética de nossa planta fabril de Jundiá. Foram quase oito meses para a conclusão das obras e um investimento de aproximadamente R\$ 7 milhões. A decisão de investimento foi tomada

pela postura que a empresa assume de propagar ações ligadas ao consumo consciente de recursos naturais, uma vez que a madeira reciclada reduz em até 67% a emissão de gases de efeito estufa.

O Papel – A empresa também prioriza a inovação em seus produtos finais? Realiza pesquisas para incrementar esse aspecto em seu portfólio?

Bignardi – Consideramos investimentos em pesquisa e inovação essenciais para nos mantermos atualizados diante dos desafios de um mercado altamente competitivo. A melhoria nos processos de produção, o aumento de produtividade e a qualidade dos produtos se mostram como resultado direto dos investimentos realizados em pesquisa e inovação. No que diz respeito aos produtos gráficos, todos os anos são realizadas pesquisas de tendências de estilo e comportamento, influenciando diretamente o uso de processos gráficos para cada produto e público-alvo. Vale lembrar que 100% dos nossos produtos gráficos carregam o selo FSC, garantindo o atendimento das expectativas do consumidor final de maneira ecologicamente sustentável.

O Papel – Como foi o desempenho da empresa ao longo de 2013 e quais são as expectativas para 2014?

Bignardi – Tivemos um 2013 muito bom, com crescimento expressivo em todas as unidades de negócio. Além de termos conquistado um acréscimo de 20% no faturamento em relação ao último ano, conseguimos melhorar a rentabilidade da empresa, por meio do melhor mix de produtos. Nossa expectativa é de que 2014 seja um ano de demanda aquecida para o nosso setor, beneficiado pelos diversos eventos que ocorrerão no País. Queremos aproveitar esse contexto de oportunidades para continuar a trajetória de crescimento sólido e fortalecer ainda mais a presença do Grupo Bignardi em seu mercado de atuação.

O Papel – Focando nas expectativas para os próximos anos, quais são os principais desafios envolvidos no cenário que engloba o segmento de imprimir e escrever? De que forma o Grupo Bignardi pretende driblar tais desafios, a fim de se manter competitivo?

Bignardi – O crescente processo de digitalização das mídias se mostra como principal desafio no cenário que engloba este segmento em médio e longo prazos. Ainda observamos, entretanto, um crescimento contínuo do consumo de papel para impressão, impulsionado pela maior venda de impressoras para o ambiente doméstico e corporativo. Continuamos contemplando a continuidade desse crescimento pelos próximos anos, desde que a condição da economia doméstica se mantenha em crescimento e não seja afetada por fatores externos. Quanto às nossas estratégias, temos um portfólio amplo de produtos e uma força de venda que está presente em todo o território nacional. Além das marcas próprias, trabalhamos com as marcas líderes de mercado, visando ao atendimento de todas as expectativas dos clientes. Ainda assim, sem ficarmos alheios às ameaças presentes a este mercado, estamos produzindo estudos e buscando novas oportunidades em outros segmentos dentro de nosso setor. ■