

Le N°2 du magazine Cloître Perspectives vient de sortir !



Dans une période où la thématique environnementale est au cœur de l'actualité, Cloître a décidé pour sa seconde édition du magazine de :

- partager sa vision sur l'**éco-impression** vs l'écologie digitale avec quelques chiffres à l'appui.
- faire le point sur l'offre encore très bouleversée de **papers recyclés**. En effet, depuis la liquidation des usines Arjowiggins, les distributeurs de papier sont en cours de référencement de nouveaux supports. Ce qui ne semble pas aussi simple. Il est sans doute à prévoir une certaine tension sur le niveau d'approvisionnement possible de ce type de papiers. L'idée du dossier de Cloître est d'informer ses clients de l'offre actuelle.
- donner la parole à certains de ses clients qui ont choisi soit le support recyclé pour sa communication, soit les supports alternatifs comme le papier à base d'amidon de pommes de terre ou d'algues vertes.

Le magazine met en avant, une fois de plus, quelques-unes de ses **réalisations**, les tendances en matière de **communication print**. Des témoignages clients permettent enfin de comprendre comment le papier est utilisé aujourd'hui par les annonceurs ou les éditeurs.

Une rubrique « **focus technique** » apporte des conseils pour mieux préparer ses fichiers. Un vrai plus pédagogique pour les graphistes.

Enfin, **ce nouveau magazine est connecté** grâce à l'application Ar Zone qui donne ainsi la possibilité aux lecteurs d'avoir accès à des contenus digitaux complémentaires.



Perspectives est imprimé en 1 500 ex. sur un papier 100% recyclé (Nautilus Super White 100 g/m²) et contient un échantillon de Nautilus Classic (300 g/m²)

En savoir plus

Imprimerie généraliste : offset, offset numérique, façonnage et grand format
Brest, Quimper, Rennes, Paris - 115 salariés
14 millions d'euros de chiffre d'affaires - 2 200 clients annuels - 1^{er} imprimeur breton
Dirigeant : Christophe Dudit
Contact presse : Marie-Claire Franchet, mcfanchet@cloître-imp.fr, 02 98 40 18 18

