



PRINT POWER ITALY

Il lato
verde
della
carta



COMUNICATO STAMPA

**“IO SONO LA FORZA DELLA COMUNICAZIONE SU CARTA”:
UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA CHE PROMUOVE LA CARTA STAMPATA
COME MEZZO DI COMUNICAZIONE EFFICACE E SOSTENIBILE
PRESSO GLI INVESTITORI PUBBLICITARI**

Milano, 26 ottobre 2010 – Prende avvio da domani la **campagna di comunicazione istituzionale “IO SONO LA FORZA DELLA COMUNICAZIONE SU CARTA”** diretta a promuovere la carta stampata come mezzo di comunicazione efficace e sostenibile presso i decisori degli investimenti pubblicitari.

“L’iniziativa è promossa dalla neo costituita Print Power Italy” afferma Paolo Mattei, Presidente di CEPIFINE* e Chairman di Print Power Italy *“un’organizzazione coordinata da Assocarta che raccoglie per la prima volta tutti i rappresentanti della filiera della comunicazione su carta in Italia e si inserisce nel più ampio progetto europeo Print Power Europe al quale hanno aderito ben dodici paesi europei”*.

La campagna – veicolata dalle pagine dei giornali quotidiani, periodici e della stampa specializzata – è sul valore aggiunto della carta stampata che, grazie alle distintive caratteristiche di fisicità e permanenza, si integra perfettamente con i nuovi media aumentando l’efficacia complessiva delle campagne pubblicitarie. Quando una campagna unisce la stampa alla televisione e internet, la notorietà del marchio aumenta del 150% e la propensione all’acquisto del 50% (Fonte: Marketing Evolution USA).

“Proprio i punti di forza della carta stampata” spiega Mattei *“sono oggetto delle sei pagine pubblicitarie: la fisicità della carta che consente contatti reiterati e tempi più lunghi di esposizione al messaggio, la sua permanenza sinonimo di credibilità in quanto il soggetto che comunica risulta maggiormente coinvolto in termini di responsabilità e infine l’esperienza tattile che coinvolge il lettore stimolando l’immaginazione e catturandone l’attenzione”*.

Il piano di comunicazione della campagna si declina, oltre che nella pubblicazione di pagine pubblicitarie, anche in azioni di direct mailing, social networking e web marketing caratterizzandosi per la forte integrazione tra mezzi di comunicazione tradizionali e nuove tecnologie digitali.

In particolare le pagine pubblicitarie (realizzate da Iris Amsterdam, adattamento italiano Marinoni Copy) grazie alla presenza di un **codice QR** consentono di linkarsi direttamente al **video clip Print Power – ADD PRINT, ADD POWER** realizzato per l’occasione oltre che alla versione italiana del sito web www.printpower.eu.

Print Power promuoverà a partire da gennaio 2011 anche il marchio **“TWO SIDES - Il lato verde della carta”**, che documenta la sostenibilità della comunicazione su carta anche presso il grande pubblico sfatando con evidenze alcuni luoghi comuni che vedono la carta come sinonimo di deforestazione e inquinamento.

Per maggiori informazioni:

PRINT POWER ITALY

maria.moroni@assocarta.it

Maria Moroni – 340 3219859

c/o Assocarta - 02 29003018

* Associazione Europea dei produttori di carte fini, tra i promotori di Print Power a livello europeo