



## 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 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 comunicazione su carta 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 i mezzi stampati 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” 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](http://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](mailto: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