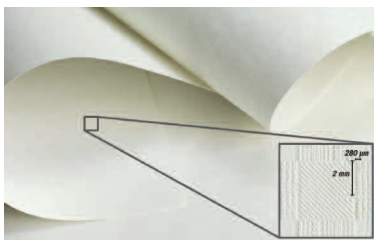


Naturalmente  
io ♥ la carta

campagna TWOSIDES “Naturalmente io amo la carta” che ha l’obiettivo di informare i consumatori sui livelli di sostenibilità ambientale raggiunti dalla comunicazione su carta. Il 70% (fonte ERPC) della carta utilizzata in Europa viene raccolta e riciclata: con 2000 kg trasformati al secondo, la carta è il materiale più riciclato a livello europeo. Inoltre la superficie forestale in Europa è cresciuta del 30% rispetto al 1950 (fonte FAO): ogni anno le foreste aumentano di un’area pari a 1,5 milioni di campi da calcio (circa 850.000ha). TWOSIDES fa parte di una più ampia organizzazione denominata Print Power Italy che promuove anche l’integrazione tra carta e digitale nel media mix. Integrazione in cui crede anche Google, visto che è annoverata tra le best-practises nell’uso del Direct Mail cartaceo negli Stati Uniti e Canada per la promozione del proprio business (fonte DMA).

#### CARTE DI SICUREZZA

### Secure-Skin by Favini



Favini è anche leader mondiale nel mercato della carta release per la realizzazione dell’ecopelle e detiene una significativa quota del mercato delle carte speciali, distinguendosi per il

know how nel settore delle carte di sicurezza. Negli ultimi anni l’Azienda ha dedicato molto tempo e altrettante risorse alla ricerca e allo sviluppo di elementi anti-contraffazione innovativi ed esclusivi da integrare nell’offerta di carte di sicurezza: ora presenta una delle sue innovazioni più interessanti, Secure-Skin, una micro-goffratura assolutamente unica che a prima vista si presenta come un elemento decorativo, in cui in realtà è integrato un micro-testo visibile soltanto utilizzando lenti d’ingrandimento 15x o più potenti. Secure-Skin può essere applicato su carta già dotata di altre caratteristiche di sicurezza per

garantire una maggiore protezione contro la contraffazione di documenti bancari e di identità, certificati, etichette, biglietti e altro ancora. Questa tecnologia può essere efficacemente utilizzata anche nell’ambito della brand protection: scatole, etichette, cartellini, certificati, oltre a materiale di supporto correlato come shopper, comunicazioni e documentazione aziendale. Favini è infatti in grado di creare goffrature contenenti micro-messaggi, loghi o motivi personalizzati. “SECURITY” è di appena 2 mm. Per la sua dimensione, il micro-testo non è visibile a occhio nudo, ma è necessario un ingrandimento di 15x o superiore. Favini offre una soluzione Secure-Skin standard e il supporto per lo sviluppo di una grafica Secure-Skin personalizzata.

#### LO SGUARDO ATTENTO DI UFC

### Un laboratorio sul futuro

Nuova serie di incontri di aggiornamento organizzati in esclusiva per le Aziende Associate da UFC – Unione Fornitori Cancelleria, [www.ufc.it](http://www.ufc.it) – l’Associazione che da oltre 30 anni è riferimento per i Produttori e i Distributori esclusivi del Settore della Cancelleria presenti in Italia. Si



chiama “Laboratorio sul futuro” il progetto a cui UFC ha dato il via a partire dallo scorso novembre; l’obiettivo è gettare insieme agli Associati uno sguardo in avanti sull’evoluzione dei cambiamenti in atto, per comprendere meglio dove ci portano, accelerati come sono sia dalla crisi economica, sia da un’evoluzione tecnologica rapidissima che sta cambiando la vita di tutti, sia lavorativa, sia privata. Nelle prime riunioni si è parlato, fra l’altro, dell’impiego dei Social Network nella strategia di comunicazione multicanale e in particolare nel B2B; di Tablet e Mobile quali strumenti di comunicazione e promozione aziendale; dell’esplosiva diffusione a livello globale degli Smartphone che, grazie ad applicazioni sempre più sofisticate e performanti, sono sempre più presenti nella giornata del pubblico e del consumatore. Il ciclo di incontri proseguirà con altri appuntamenti nei prossimi mesi del 2013. In questo progetto UFC è affiancata da Alberto d’Alessandro, esperto di analisi di mercato nel mondo dei beni durevoli, (nel suo curriculum una lunga esperienza in Nielsen, GfK Italia e altri Istituti di Ricerca), a cui è affidata, fra l’altro, l’illustrazione dei più avanzati strumenti di analisi quali la CEM, Customer Experience Management.