



Milano, 24 febbraio 2009

- [Una massiccia campagna pubblicitaria](#)
- [Uno sguardo alle testate di settore: "Dicono di noi"](#)
- [Comunicazione on-line](#)
- [Coinvolgere nuovi buyer: azioni di marketing diretto e road show](#)
- [Obiettivo internazionalità](#)
- [Anticipazioni e diretta sulla web tv](#)

Una massiccia campagna pubblicitaria

Da sempre Ipack-Ima Spa considera la capacità di comunicare e promuovere l'evento uno dei fattori di successo delle proprie mostre. Ecco il perchè di una [massiccia campagna pubblicitaria](#) che ha visto oltre 205 uscite su 53 testate europee ed extra europee. Notevole anche l'investimento effettuato su 43 testate tecniche italiane con ben 172 uscite.

Uno sguardo alle testate di settore: "Dicono di noi"

Comunicare non basta, bisogna farlo bene. Proprio per questo Ipack-Ima Spa considera la rassegna stampa uno strumento indispensabile per monitorare costantemente la percezione delle proprie manifestazioni all'interno della business community.

Il "[Dicono di noi](#)" un'apposita sezione del sito www.ipack-ima.it, contiene una selezione accurata di articoli apparsi nelle principali testate di settore italiane ed estere. Numerosi sono infatti i media che hanno parlato del "Cosmic Event" del 2009 e altrettanti sono quelli che si sono pre-accreditati alla sala stampa a circa un mese dall'apertura : si contano già **148 giornalisti** di cui il 32 % esteri. Segnaliamo inoltre che il Sole 24 Ore sta elaborando uno "speciale" dedicato alle mostre, la cui uscita è prevista per il 17 marzo 2009.

Comunicazione on-line: banner, loghi e azioni di co-marketing

Con l'intento di potenziare la propria capacità di attrarre visitatori in target, grande attenzione è stata dedicata alla collaborazione con i portali di settore e i vari siti internet collegati. Fino ad oggi sono stati collocati sui portali circa 60 fra banner e loghi, mentre con alcune testate selezionate sono attivi accordi di co-marketing, che comprendono scambi di link e invii di newsletter informative sugli eventi al loro database di lettori registrati.

Coinvolgere nuovi buyer: marketing diretto, road shows e "pacchetti viaggio"

Esporre a IPACK-IMA 2009 significa ottenere visibilità a livello internazionale. Con lo scopo infatti di potenziare i contatti esteri ed incrementare così la partecipazione di nuovi potenziali buyer, ci si è avvalsi della collaborazione con ICE, l'Istituto Italiano per il Commercio Estero, partnership che ha già dato buoni frutti: 5700 operatori qualificati provenienti da 18 Paesi dell'area dell'Est Europa e del bacino del Mediterraneo sono stati contattati (con lettere personalizzate e nella lingua del Paese) e invitati a visitare il "Cosmic Event" che vedrà la mostra in contemporanea con [GRAFITALIA](#) e [CONVERFLEX](#), fiere di riferimento per la grafica e il converting. A testimoniare l'alto grado d'interesse mostrato dai destinatari dell'operazione, sono state le numerose richieste di visti d'entrata già pervenuteci, oltre al notevole successo riscosso dai "[road show](#)", un ricco programma di incontri tenutisi nei mercati di domanda, quali Bulgaria, Egitto, Emirati Arabi, Marocco, Serbia, Tunisia, Turchia, Ucraina: sono intervenuti in totale ben 650 operatori esteri. Infine verranno organizzati anche "pacchetti viaggio" rivolti agli operatori di Russia e

India, proprio per agevolare la partecipazione.

Obiettivo internazionalità: incontri al vertice per gli operatori stranieri

L'appuntamento con IPACK-IMA 2009 si arricchisce di giorno in giorno di nuovi spunti che ne sottolineano l'internazionalità: la mostra ospiterà infatti [meeting, direttivi e assemblee](#) delle più rappresentative sigle nazionali e internazionali. Fra queste ricordiamo il bureau dell'Union des Association des Semouliers des Pays de l'UE, che porterà in fiera l'élite degli industriali semolieri di tutta Europa; l'Unione degli Industriali Pastai Italiani (U.N.I.P.I) e l'Associazione dei Produttori della Pasta Fresca (A.P.P.F.) la cui presenza conferma la manifestazione come fiera mondiale della filiera completa della produzione di pasta, sia secca che fresca. Anche il Conai, il Consorzio Nazionale Imballaggi che sovrintende alla prevenzione e "seconda vita" degli imballaggi, terrà nei giorni di fiera la riunione dei propri vertici. Infine, grande è anche l'interesse della stampa internazionale di settore che s'incontrerà a IPACK-IMA 2009 per il meeting dell'International Packaging Press Organisation (IPPO).

Anticipazioni e diretta sulla web tv

Da oltre un mese è on line la [web-tv di IPACK-IMA](#) a cui si accede semplicemente collegandosi alla home page del sito e che permette di essere sempre aggiornati su tutti gli sviluppi organizzativi delle manifestazioni con servizi e interviste ai protagonisti, notizie sui convegni e sugli eventi in programma. Ricordiamo che questo è uno strumento di comunicazione molto utile agli espositori che, attraverso filmati promozionali, interviste in Fiera e video aziendali, potranno documentare le loro attività e i loro prodotti in modo dinamico e di forte impatto comunicativo verso l'intera community delle imprese, delle istituzioni, della stampa e del grande pubblico.

Per ulteriori informazioni sulle attività promozionali, visitare il sito

www.ipack-ima.it

oppure rivolgersi a:

[Maria Grazia Facchinetti](#)

Marketing & Communication Manager
Ipack-Ima spa

Il trattamento delle informazioni forniteci è in conformità con il Decreto legislativo n. 196/2003 sulla privacy.

Le ricordiamo che può interrompere il servizio in ogni momento scrivendo a:

ipackima@ipackima.it



Le informazioni contenute in questo messaggio e-mail - ed ogni eventuale documento a questo allegato - sono riservate e ad uso esclusivo del destinatario. Vi ricordiamo che la diffusione, l'utilizzo e/o la conservazione di dati ed informazioni ricevute per errore costituiscono violazioni alle disposizioni del D. Lgs. 196/2003. Se avete ricevuto questo messaggio per errore, siete pregati di cancellarlo da ogni vostro computer e di contattare il mittente via e-mail.

This e-mail (including any attachments) contains confidential information, privileged and for the sole use of the intended recipient (addressee named above). Please, note that, any forwarding, use, reliance and disclosure of data and information received by error is protected by law. If you are not the intended recipient, you should delete this message and notify the sender.