

Tetra Pak comunica l'importanza di tutelare l'ambiente con cinque aziende clienti

L'emergenza ambientale è alle porte, i governi si mobilitano. Saranno le risorse rinnovabili, come la cellulosa, a garantire lo sviluppo sostenibile dell'economia mondiale e presto l'utilizzo delle fonti verdi sarà vincolante, come ha sancito recentemente il Consiglio dell'Unione europea.

Le confezioni Tetra Pak hanno una matrice rinnovabile, essendo composte al 75% di carta proveniente dalle foreste svedesi, dove ha sede la casa madre del gruppo leader mondiale nel trattamento e confezionamento degli alimenti. Tali foreste sono coltivate appositamente per quest'utilizzo. "Nello spessore delle confezioni Tetra Pak (mezzo millimetro, come un filo

d'erba) – afferma Paulo Nigro, presidente di Tetra Pak Italiana – è espresso tutto il loro valore. Questi contenitori nascono da fonti rinnovabili, non dal petrolio. Sono riciclabili e quindi rispettano l'ambiente, proteggendo al meglio gli alimenti da luce e aria".

Negli ultimi 100 anni la superficie boschiva della Svezia è aumentata del 60%, grazie a un programma di tutela: per ogni albero utilizzato se ne piantano altri. In armonia con questo progetto, le prime 50 amministrazioni comunali italiane che ne faranno richiesta riceveranno da Tetra Pak 100 piantine di conifere per arricchire il verde pubblico. A testimonianza dell'impegno della sede italiana di Tetra Pak per la sostenibilità ambientale e sociale, l'azienda ha recentemente ottenuto, prima del

Gruppo svedese, la certificazione SA8000 per la responsabilità sociale.

La campagna di comunicazione

Tetra Pak Italiana, per la prima volta insieme a 5 grandi aziende clienti, mette in evidenza il valore eco-sostenibile dei contenitori per alimenti con un'innovativa campagna di comunicazione, che ruota intorno al nucleo tematico dell'ambiente.



Un frame dello spot.

"Nello spessore di un filo d'erba Tetra Pak protegge la bontà e l'ambiente": è questo il primo claim della campagna media, che vede protagonisti insieme a Tetra Pak i clienti Caviro, Conserve Italia, Granarolo, Parmalat e Zuegg.

La creatività della campagna è a cura dell'Agenzia Armando Testa. La casa di produzione è Little Bull e Vasken Berberian ha curato la regia degli spot. La campagna spazierà nell'arco di circa 12 mesi dalla tv alla stampa (pianificazione a cura di Media Italia), dal web fino all'Ad-On-Pack. Il primo flight tv di due settimane è "scattato" il 18 marzo 2007. gli spot sono stati pianificati su tutte le reti nazionali: Rai, Mediaset, La7, su Sky e sul digitale terrestre.

Le prime stime sui contatti parlano di 1.600 milioni dalla campagna tv e 210 milioni dalla campagna stampa. Nel complesso, la campagna di comunicazione prevede un investimento di oltre 30 milioni di euro prevalentemente su tv (spot 50" e 15"), doppie pagine stampa e web.



Tetra Pak Italiana spa
Viale Resistenza 56/A - 42048 Rubiera (Re)
Tel. 0522.263411 - Fax 0522.263659
www.tetrapak.it