

PROMOCARD®

La pubblicità di culto



Must



Arome



000

Royalto



Connie Douglas



quattrocento

Pearl Restaurant



Ama



Unconventional e appealing: due aggettivi per definire la cartolina pubblicitaria.

Differente da tutti gli altri strumenti pubblicitari per la propria personalità non invasiva e per la sua capacità di conquistare in poco tempo un pubblico vasto e trasversale. Piccolo formato per una grande creatività. Messaggi veloci, accattivanti e di forte impatto visivo, colorati e geniali, in cui l'estro creativo non ha limiti. Prima di tutto è un messaggio, poi è un gadget.

Una forma di comunicazione davvero alternativa, gratuita per chi ne fruisce, liberamente scelta e non subita. Un medium economico, versatile, affidabile, che consente di raggiungere il target più ambito, quello più volubile e di più difficile individuazione: i giovani-adulti.

Nata nel 1989 dall'intuizione di Gianni Berti, padre di Giovanni Cerutti Berti attuale Presidente, Promocard è la prima azienda al mondo ad aver creduto nell'enorme potenziale di questo nuovo vettore pubblicitario, così come ha compreso quello dei locali di tendenza che grazie all'affermarsi, già sul finire degli anni '80, della consuetudine dell'happy hour garantivano un costante afflusso di pubblico.

L'efficacia di questo medium è assicurata dal saper colpire il target al momento giusto poiché distribuita nei luoghi di entertainment dove il consumatore trascorre la sua vita sociale, in location esclusive dove non sono presenti altri media pubblicitari. Il consumatore è raggiunto nei momenti in cui vive il proprio tempo libero ed è dunque più ricettivo ai colori, alle immagini, alle informazioni.

Dispenser sistemati in posizione strategica nei locali più frequentati e rinomati assicurano una comunicazione incisiva. Ogni volta, ogni card è una sorpresa: estratta dal dispenser essa

rivela informazioni, caratteristiche ed effetti speciali inaspettati. Il consumer si aspetta ormai di trovarla, mentre vive in modo dinamico il proprio tempo libero. Essa è divenuta così un "culto" da ricercare, usufruire, collezionare. Ristoranti, caffè, enoteche, teatri, cinema, librerie, beauty center, palestre: un network selezionatissimo, in continuo rinnovarsi per intercettare sempre al meglio tendenze, mode e rinnovarsi dei gusti nel campo dell'intrattenimento. Un network variegato che consente di ideare soluzioni mirate per i clienti, attuando una pianificazione orientata verso particolari nicchie di target.

La card rappresenta una completa rivoluzione del concetto di advertising: essa è sì pura pubblicità, ma pubblicità usufruita in modo del tutto consapevole e per propria scelta. E' un media che riesce a raggiungere in modo capillare un target nuovo, dinamico, attento a novità e nuove tendenze grazie anche all'esplorazione di temi e codici di comunicazione meno istituzionali e più giovanili. La card è in grado di trasmettere in modo impattante la brand personality ed accrescere la brand awareness, grazie anche al formato pocket da prendere e portare con sé.

Enorme è stato l'impatto di questo nuovo modo di fare advertising: dai 30 soggetti prodotti nel primo anno e veicolati nella sola città di Milano, nel 2006 sono già circa 7.000 i soggetti realizzati e diffusi nelle città più popolate d'Italia. Promocard colpisce intensamente 4 milioni di consumatori ogni anno.



Promocard è socio fondatore IFA (International Freecard Alliance), un network internazionale di aziende cooperanti nei campi della ricerca, delle vendite, degli standard di qualità, dello sviluppo tecnologico e scambio di know-how, per offrire e garantire ai clienti campagne pubblicitarie sempre più all'avanguardia. Da settembre 2003 inoltre il 95% della produzione standard è su carta riciclata.

E dopo le edizioni degli International Freecard Awards (Amburgo 2000, Milano 2004, in arrivo Parigi 2007) non ci stupirà, tra una decina d'anni, guardare a Promocard come ad una sorta di museo permanente di 30 anni di comunicazione pubblicitaria, di galleria di visual, di storia del costume, del design e del gusto, naturalmente... in formato cartolina!

