

AVERY *informa*

NEWSLETTER AVERY
ANNO XI
NUMERO 1



CREATIVITÀ E INNOVAZIONE nel Catalogo 2008

Undici visi sorridenti di uomini e donne di diversa età, tutti utilizzatori di prodotti Avery e soddisfatti di esserlo.

Questa l'accattivante copertina del Catalogo Avery 2008 che offre circa 400 articoli e numerose novità, alcune delle quali già segnalate nello scorso numero di Avery Informa. Eccone alcune altre:

< GLI ADESIVI PRE-STAMPATI PER SEGNALAZIONI

Si tratta di adesivi rotondi ad effetto metallo, pre-stampati e applicabili su vetri, porte e pareti con lo scopo di fornire indicazioni o divieti. In materiale particolarmente resistente e con immagini di alta qualità sono ideali per locali pubblici o privati come ristoranti, bar, scuole, palestre, club, ecc.

Un esempio: segnalare le aree di "vietato fumare" come richiesto dalla legislazione attuale.



< I BIGLIETTI DA VISITA PIEGHEVOLI

Sono biglietti realizzati con la tecnologia Quick & Clean che permette di ottenere bordi perfettamente lisci, sono



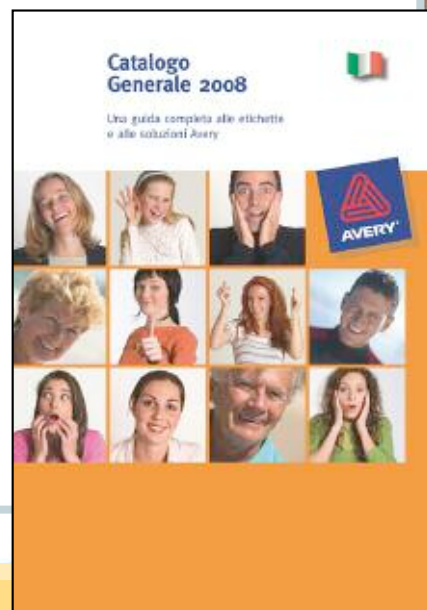
**SEMPRE
AL SERVIZIO
DEL CONSUMATORE**

stampabili fronte/retro e possono essere utilizzati anche come biglietti augurali. Di grammatura elevata (260 gr) sono unici nel loro genere in quanto offrono una superficie di stampa maggiore (170x54 mm) e

permettono di dare informazioni dettagliate sulla propria attività.

> LE CARTE FOTOGRAFICHE SATINATE

La linea Avery per le carte e cartoncini per foto digitali si arricchisce con la novità delle carte satinare per stampanti laser a colori, di diverse grammature e di prezzo particolarmente conveniente. Stampabili fronte/retro, sono particolarmente adatte per presentazioni di alto livello e per grafici e tabelle.



■ Continua la promozione
Clicca e Vinci

■ Il Premio
Cultura d'Impresa

■ Intervista
a Dario Viecelli,
Presidente di Labelcart

■ Le eleganti
tagliere Avery

■ Riservato ai Rivenditori

Continua la promozione **CLICCA E VINCI**



Prosegue per tutto il 2008 la promozione **Clicca e Vinci** sulle etichette bianche per stampanti laser da 100 fogli e, novità, anche da 250 fogli.

Su tutte le confezioni il consumatore troverà un codice alfanumerico che gli permette di scegliere e richiedere uno dei tanti omaggi proposti sul sito

www.win.avery.eu. I premi consistono in buoni acquisto e sconti per i libri della Feltrinelli, i prodotti di Bottega Verde, gli abbonamenti a PC World, Macworld e Spotlight, oltre all'abbonamento gratuito a "football.it" per avere sempre notizie aggiornate sul mondo del calcio e al software Avery DesignPro 5 in edizione integrale. Ma i premi da scegliere sono tanti e fra questi anche un omaggio Unicef che consente di aiutare, attraverso Avery, i bambini del terzo mondo.

Le eleganti **TAGLIERINE AVERY**

Chi cerca la precisione può scegliere tra l'ampia gamma di taglierine Avery progettate secondo gli standard di sicurezza europei.

Avrà la certezza di avere un lavoro tagliato su misura per ogni sua esigenza. L'azienda offre infatti 6 categorie di prodotto fra taglierine a lama rotante e a leva con una novità, la taglierina per carta e foto studiata in particolare per i formati di fotogra-

fie e documenti personali. La garanzia va da uno a cinque a seconda del tipo di prodotto. Su tutti i modelli di taglierine Avery inoltre è prevista una garanzia che riguarda i vari componenti, infatti il Consumer Centre Avery è a disposizione per risolvere ogni problema e fornire i ricambi gratuitamente. Basta inviare un e-mail a

consumer.centre@eu.averydennison.com

oppure chiamare il **numero verde 800-373667**.

**PER
ESSERE
PRECISI**



È facile scegliere la taglierina su misura per le proprie esigenze. Ecco le istruzioni.

DIMENSIONI	CAPACITÀ DI TAGLIO	GARANZIA	CARATTERISTICHE
Decidere qual è la grandezza massima dei fogli che si desidera tagliare. Da A5 ad A0 (da 305 a 1370 mm).	Stabilire il numero di fogli che si desidera tagliare in una volta sola.	Valutare la garanzia e la sua durata.	Comparare tutte le altre caratteristiche.



Il Premio Cultura d'Impresa a **STEFANIA TENDERINI**

Stefania Tenderini, Marketing Manager di Avery Dennison Office Products Italia, ha ottenuto il Premio Big Buyer Cultura d'Impresa, istituito da Edinova e riservato a giovani manager di formazione internazionale che nel settore della cartoleria e dei prodotti per l'ufficio si sono impegnati con competenza e dedizione allo sviluppo delle imprese in cui operano.

Ecco la motivazione del premio assegnato alla manager di Avery: "Per la passione e la determinazione dimostrate nel portare avanti contemporaneamente lo studio e il lavoro raggiungendo brillanti risultati nell'uno e nell'altro campo e fornendo a tanti giovani un esempio positivo di forte motivazione alla crescita personale e professionale".

Nella foto: da sinistra Stefano Di Veroli, Davide Giustacchini e Stefania Tenderini.

**UN
IMPORTANTE
RICONOSCI-
MENTO**

Con Stefania sono stati premiati Stefano Di Veroli, Amministratore Unico di C'Art e Amministratore Delegato del Gruppo Di Veroli e Davide Giustacchini, Amministratore Delegato di Ingros Carta Giustacchini.

Ai 3 premiati le più vive congratulazioni della redazione di Avery Informa.



RISERVATO AI RIVENDITORI

**Avery Dennison
lancia una promozione
dedicata ai Rivenditori.
Chi acquista
un espositore Avery
riceve in omaggio
buoni benzina.
Per ulteriori informazioni
chiedere al fornitore
di fiducia o all'agente
Avery Dennison.**





LABELCART.

Un'azienda all'avanguardia.

INTERVISTA A DARIO VIECELLI, PRESIDENTE DI LABELCART

LABELCART

FILO DIRETTO

Ci racconti quando e come è nata Labelcart, la sua organizzazione, il suo catalogo prodotti.

Labelcart è nata alla fine degli anni settanta inizialmente come azienda fornitrice di materiale per l'ufficio. Verso la metà degli anni 80 iniziò la collaborazione con TICO, azienda leader nel settore delle etichette adesive in Italia. Il compito della Labelcart era quello di promuovere e sviluppare il mercato TICO in Lombardia. In quegli anni e fino al 2003 era presidente Carlo Chiodelli, mentre io ricoprivo la carica di amministratore delegato. Sono stati anni molto stimolanti e gratificanti dove avevamo una grande soddisfazione nel constatare come prendessero sempre più piede in Lombardia i prodotti adesivi TICO. Verso la fine degli anni 90 è iniziata la collaborazione con Avery in seguito all'acquisizione, da parte di questa, della TICO. Da subito c'è stato feeling ed intesa con l'azienda americana. Per noi è stato un po' come ricominciare da capo. Infatti il marchio Avery era quasi sconosciuto in Italia e non è stato facile, anche a causa del difficile periodo di contingenza del mercato italiano di quegli anni, farlo conoscere e svilupparlo. Sempre in quel periodo, grazie anche al nostro primo sito di e-commerce completamente dedicato alle etichette, abbiamo allargato la nostra area di sviluppo a tutta Italia. Oggi possiamo dire di ricevere ordinativi dalla Sicilia al Trentino e, talvolta, dalla Svizzera. Attualmente mi avvalgo della preziosa collaborazione del mio socio Daniele Princigalli il quale è stato il promotore della nuova veste grafica e strutturale del nuovo sito Labelcart.

Le iniziative vincenti intraprese in questi anni e i punti di forza della strategia.

In parte l'ho detto prima. Posso aggiungere che oltre al sito, che ci ha permesso di essere maggiormente conosciuti, il nostro successo è stato reso possibile dall'esperienza accumulata negli anni specificatamente in questo settore, dalla nostra capacità di risolvere le problematiche dei nostri

clienti e dalla nostra passione e costanza.

Qual'è il profilo del cliente Labelcart?

Non abbiamo una tipologia di cliente. Soddisfiamo infatti le esigenze sia della grande distribuzione che dell'utente finale senza creare conflitti in quanto utilizziamo, e per noi è questione di etica e correttezza commerciale, per ogni fascia di clientela il listino prezzi adeguato e concordato con Avery. Riuscire in questo, soprattutto nel nostro mercato, non è assolutamente facile, ma lo facciamo con determinazione.

Da quanto tempo è in corso la collaborazione con Avery Dennison e quali sono le soluzioni che hanno maggiore successo?

La collaborazione, come dicevo, è iniziata verso la fine degli anni 90. A parte il difficile periodo iniziale, quando la nuova impostazione commerciale di Avery ci ha fatto un po' rivedere il nostro approccio commerciale al cliente, dopo il rapporto è andato via via sempre più consolidandosi. Non posso non ringraziare Avery per averci supportato con iniziative commerciali e di marketing di sicura importanza in questa delicata fase di cambiamento della Labelcart.

Abbiamo visto il vostro nuovo sito completamente dedicato ai prodotti Avery, Tico e Avery/Zweckform. È interessante e ben fatto. Quali ritorni prevedete da questa nuova versione del sito?

Il sito www.labelcart.it, a parte la nuova veste grafica accattivante e di impostazione più moderna, è stato completamente rivisto nella sua struttura interna. Il motore di ricerca degli articoli, ad esempio, è sotto certi aspetti innovativo e rivoluzionario e offre, fra l'altro, la completa possibilità ai nostri clienti rivenditori di crearsi un magazzino etichette esterno "virtuale" aggiornato in tempo reale. Credo che, attualmente, non vi sia nulla di simile in altri siti del nostro settore a livello europeo. I ritorni e i consensi positivi sono stati immediati con una crescita delle vendite on line e acquisizione di nuovi clienti di tutto rispetto. Non posso quindi non ringraziare lo sviluppatore Pietro Marilli della CDWEB per aver resa concreta la nostra idea.



Avery Dennison Office Products Italia S.r.l.

Via Honduras 15 - 00040 Pomezia (RM)

Tel. 06 910461 - Fax 06 91046229

consumer.centre@eu.averydennison.com

www.avery.it

Numero Verde
800-373667

