



## “CONFERENZA INTERNAZIONALE SUL FUTURO DEL DIRECT MAIL IN ITALIA E IN EUROPA”

*European Mail Forum in occasione di **Inprinting**  
Appuntamento 4 e 5 ottobre presso la Fiera di Vicenza*

[www.mailforum.it](http://www.mailforum.it) e [www.inprinting.it](http://www.inprinting.it)

Segrate, 24 luglio 2007 – Proliferano i media oggi a disposizione ma diminuisce drasticamente il tempo dedicato ad ognuno di essi: questo un dato di fatto che trova la propria motivazione nella frenesia che contraddistingue la nostra epoca, la quale ha condizionato molto le modalità in cui la comunicazione viene fruita. Chi si occupa di pianificazione marketing da una parte non può prescindere dall'utilizzare i diversi media a disposizione integrandoli sinergicamente tra loro, dall'altra deve sapere che alcuni di questi sono più efficaci di altri.

Una recente indagine condotta presso la Facoltà di Economia all'Università Roma Tre e presentata da **Carlo Alberto Pratesi**, professore di marketing, mostra alcuni dati sulla modalità attraverso cui una persona media preferisce essere contattata: solo il 3% tramite azioni di telemarketing, il 28% via e-mail e ben il 69% sceglie il **direct mail**.

Il consumatore oggi cerca un ambiente *friendly* dove potersi muovere liberamente e la lettera, senza essere invadente, porta con sé un bagaglio emozionale che è difficile ottenere con altri media ed è in grado di raggiungere obiettivi sorprendenti. Diventa perciò importante il modo in cui il messaggio viene comunicato: **uso del colore, immagini, loghi e personalizzazione** investono la lettera - e la busta che la contiene - di innovativi significati di comunicazione tutti da sfruttare.

Tuttavia il direct mail trova delle criticità che oggi, nel nostro Paese più che altrove, devono essere risolte. Da una parte i vincoli della legge sulla privacy e la profilazione dei data base clienti, non sempre corretta, dall'altra le nuove condizioni tecniche per gli invii massivi, rese attuative soltanto il 15 maggio scorso, finalizzate all'efficientamento dei servizi di consegna delle comunicazioni postalizzate e propedeutiche all'innovazione dei servizi in previsione della liberalizzazione postale.

Per capire come si sviluppa il **mercato italiano rispetto a quello europeo**, quali sono le **best practice** a cui tendere e come in Europa i **servizi postali** incentivano la crescita del Direct Mail, Asso.It e Xplor Italia promuovono il 4 e il 5 ottobre a **Inprinting** presso la Fiera di Vicenza, l'**Europea Mail Forum**, una conferenza internazionale sul futuro del DM in Italia e in Europa.

Organizzazione:

**4IT Group srl**

Tel. 02 26 92 70 81

Fax 02 26 95 10 06

---

Per informazioni stampa:

Isabella Lensi

[Isabella.lensi@4itgroup.it](mailto:Isabella.lensi@4itgroup.it)

L'evento, che verrà simultaneamente tradotto in inglese, è patrocinato dal Ministero delle Comunicazioni, e realizzato in collaborazione con **DMAB** (*Direct Marketing Advisory Board*, organo dell'UPU- Universal Postal Union, istituito per favorire lo sviluppo del Direct Mail e promuovere la sua crescita nel mondo); **Fedma** (Federation of European Direct and Interactive Marketing); i Capitoli Europei di **Xplor** (in particolare: Spagna, Germania, Francia, Inghilterra).

4IT Group è una società di comunicazione e di servizi alle singole imprese, a gruppi di imprese e associazioni. Si occupa di convegni, ricerche di settore e dati di mercato, organizzazione di eventi particolari ed è specializzata sul comparto ICT e del Digital Document & Printing. Edita la rivista Digital Document magazine e la Guida al Mercato alle Periferiche (Guida Asso.It). Nel 2006 pubblica la prima edizione del 'CHI Stampa Digitale'. È l'organizzatore di Digital Printing Forum, MailForum, BookForum e di Inprinting.

4IT Group è la segreteria associativa di **Asso.It** (Associazione Nazionale Fornitori Apparecchiature Information Technology), di **Xplor Italia** (The Electronic Document Systems Association) e di **LonMark Italia**.