



COMUNICATO STAMPA FINALE

## **Si è chiusa con successo la grande kermesse sulla comunicazione a FieramilanoCity dal 12 al 15 maggio**

*In un tempo congiunturale difficile è vincente la scommessa di Inprinting, DM expo e Omnicom Expo che hanno unito le forze e fatto nascere una nuova community*

Milano, 18 maggio 2010 – Si sono chiusi con un bilancio oltre le previsioni i quattro giorni dedicati alla comunicazione e alla tecnologia che la supporta, protagoniste a FieramilanoCity la scorsa settimana nelle fiere Inprinting, DM expo e Omnicom Expo.

6370 operatori del settore hanno visitato 152 aziende presenti nel Pad 1 della fiera, 122 relatori hanno partecipato a 21 convegni, 12 workshop tecnici e 9 sessioni di approfondimento sul tema della sostenibilità ambientale.

17 associazioni nazionali e internazionali della filiera della comunicazione hanno concesso il loro patrocinio a questa iniziativa e 23 pubblicazioni tra riviste cartacee e online l'hanno supportata in qualità di Media Partner.

Questi i numeri a risultato dell'alleanza strategica annunciata lo scorso ottobre da 4IT Group organizzatore di Inprinting (fiera di riferimento in Italia per la grafica digitale, il documento personalizzato e la comunicazione on demand alla sua 12° edizione) e Multimedia Tre, organizzatore di Omnicom Expo (la fiera dedicata ai prodotti e ai servizi per il marketing e la comunicazione), che in partnership hanno lanciato quest'anno DM expo (Direct & Relationship Marketing expo).

I quattro giorni di manifestazione hanno visto la catena del valore del marketing, dai produttori di tecnologie, attraverso le agenzie e i service provider fino ai clienti finali, raccontare le novità necessarie per la comunicazione, la stampa, la gestione di una relazione profittevole con il target, nel ricchissimo calendario di convegni e nella completa offerta espositiva di prodotti, alcuni dei quali decisamente avveniristici.

I convegni hanno visto l'intervento di personalità del mondo accademico e associativo come il Prof. Franco Giacomazzi, Presidente di AISM e del Comitato tecnico Scientifico di Omnicom Expo, il Presidente della Consulta AssoDirect di Assocomunicazione, Marzia Curone, il Presidente del Gruppo Stampa Digitale di Assografici, Giovanni Battista Colombo, il Presidente di Xplor, Fausto Ceolini, il Presidente del Comitato Direct Marketing di Xplor, Marco Rosso, il Prof. Roberto Vaccani, Docente della SDA Bocconi insieme a Paola Dubini, Director Ask Research Center Università Bocconi.

La manifestazione è stata anche occasione di ospitare importantissimi momenti per lo sviluppo e il sostegno del mercato. Innanzitutto EBA Forum, l'evento che anche nella sua quinta edizione ha confermato il ruolo di punto di incontro delle aziende interessate alle reali potenzialità del digital marketing, con un fitto programma di incontri e con relatori di estremo valore. Il Padiglione ha invece ospitato la 16° edizione del prestigioso Premio Freccia d'Oro a tutte le campagne di Direct



Marketing, Digital e Promotional Marketing e in generale di Marketing Relazionale realizzate da agenzie di comunicazione o da imprese utenti. Inoltre è stato il palcoscenico dove la DMA americana (Direct Marketing Association), che rappresenta aziende provenienti da dozzine di settori verticali in 48 paesi, ha scelto per annunciare la costituzione della DMA Italia, l'associazione che da oggi lavorerà per sviluppare e sostenere il mercato della comunicazione diretta e personalizzata nel nostro Paese.

Milano, centro dell'industria italiana, è stata testimone di un movimento nuovo nel panorama del mercato della comunicazione: una nuova e folta community si è incontrata e ha parlato, confrontandosi, dei prodotti e strategie che possono fare la differenza nel business di domani.