



## la nave del marketing approda a Milano

di Viviana Marino

Sarà a Milano, il 30 e 31 Maggio 2007 la nuova edizione di Marketing forum, il prestigioso evento firmato Richmond Italia, che attraccherà il prossimo anno, a Palazzo Mezzanotte, per una "due giorni" interamente dedicata al mercato Italiano. Una veste ulteriormente innovativa e inedita per la manifestazione che, dopo 11 anni passati al largo di lussuose navi da crociera, getta l'ancora alla capitale della comunicazione. Invariata la formula business e la qualità di incontri e appuntamenti con l'obiettivo di incrociare domanda e offerta dell'universo marketing, proponendo a manager aziendali e agenzie di servizi, l'occasione di un'incontro ravvicinato, non più in navigazione, ma con la possibilità di ulteriori spazi ed eventi a disposizione, per ampliare e differenziare il più possibile l'offerta. Lo spostamento in terra ferma, conferma l'intenzione di intensificare l'incontro, con il mercato made in Italy, sottraendo complessivamente un tempo inferiore a decision marker e società di comunicazione, che avranno così la possibilità di partecipare anche ad una sola giornata o a precisi incontri e appuntamenti prefissati. Ritournerà il programma, suddiviso in conferenze, workshop, seminari e laboratori, per incontri di alta formazione, cultura e business marketing, senza però abbandonare definitivamente la nave storica di marketing forum events, che rimarrà per tutti coloro interessati a partecipare a un'edizione prettamente internazionale.

Già attivi, sono ad oggi, come rivela Claudio Honegger, amministratore unico di Richmond Italia, contatti e richieste per tematiche e incontri, conferenze relatori e speaker della 12° edizione dell'evento, nella location di Palazzo Mezzanotte.

## GLOSSARIO

### I termini del marketing e della comunicazione

**Campagna di vendita:** specifica azione di vendita condotta secondo un programma che sviluppa uno sforzo più intenso su un prodotto, su una zona del mercato o su un segmento di clientela.

**Campione statistico:** data una popolazione di unità, è una parte rappresentativa del tutto. Tre sono i più utilizzati: casuale, stratificato e per quote

A MILANO PRESSO SPAZIO 30 LE CONSEGNE UFFICIALI DEI TROFEI

## I PREMI "DONNA MARKETING" E "DONNA COMUNICAZIONE" 2006

Gli ambiti ed autorevoli Premi "Donna Marketing '06" e "Donna Comunicazione '06", giunti quest'anno alla quinta edizione, verranno assegnati lunedì 16 ottobre presso Spazio 30, in via Vittorio Veneto a Milano nelle adiacenze di P.zza Repubblica. I due importanti riconoscimenti, istituiti dal Club, costituiscono un attestato di professionalità e di eccellenza per le figure femminili che più si sono distinte come manager durante l'anno nel mondo della comunicazione e come manager nel mondo del marketing. Un eccezionale parterre di giornalisti, dirigenti, imprenditori ed autorità assisteranno alla consegna delle

prestigiose targhe.

Un premio che ha il suo valore intrinseco proprio perchè non deciso a tavolino o a fronte di una lista di iscrizioni, come molti omologhi esistenti, ma espresso liberamente secondo le segnalazioni di una vasta giuria popolare composta da colleghi, clienti, partner, amici degli stessi premiati che votano spontaneamente il nominativo da loro prescelto in base a criteri di innovazione apportata, intuizione espressa, professionalità dimostrata, nello svolgimento delle loro specifiche attività. Va da sé che le due manager che avranno ottenu-

*Vota anche tu la "Donna Marketing" e la "Donna Comunicazione" per l'edizione 2006*

to il maggior numero di voti saranno le due premiate per l'edizione 2006. Questa particolare, libera e democratica forma di votazione ci sembra equa e corretta poichè rappresentativa della maggioranza dei membri della Mar-Com Community. Il meccanismo elettorale presuppone una complessa macchina organizzativa ed è proprio per questo motivo che si chiede di esprimere la propria opinione segnalando sia la preferenza per "Donna Marketing" sia quella per "Donna Comunicazione" indicando nome e cognome, azienda o agenzia presso la quale opera, ed esatta mansione ricoperta. Per votare:

via telefono allo 02 2610052  
via mail a [info@clubdelmarketingdellacomunicazione.com](mailto:info@clubdelmarketingdellacomunicazione.com)

## IL CLUB AL PROMOTION EXPO ROMA segue p/2

### I professionisti della comunicazione si incontrano a Roma

Il Club del Marketing e della Comunicazione avrà uno stand al Promotion Expo Roma, il 20,21 e 22 settembre 2006, tre giorni dedicati a quanti vogliono essere nel cuore di un business dalle grandi opportunità.

Tre giorni alla Fiera di Roma, dedicati a quanti vogliono essere nel cuore di un business dalle grandi opportunità, e conoscere le ultime novità in un ambito della comunicazione oggi particolarmente vivo, dinamico e denso di sviluppi come quello delle promozioni e del regalo aziendale.

La manifestazione, inaugurata lo scorso anno, giunge così alla sua seconda edizione con il patrocinio del Comune e della Provincia di Roma.

Dopo gli ottimi riscontri ottenuti nel 2005, Promotion Expo Roma torna quest'anno ad affiancare Promotion Expo Milano - di cui la 16ª edizione avrà luogo dal 14 al 16 marzo 2007 - con un preciso obiettivo: rappresentare un punto di riferimento dedicato in particolare agli operatori e alle aziende del Centro Sud Italia.

Per questo sceglie per la prima volta come location la Fiera di Roma - 2000 mq presso il Padiglione 31 - offrendo così maggiore visibilità, opportunità e servizi. Ottimamente collegata e facilmente raggiungibile, la Fiera è situata in una zona dove la ricettività alberghiera raggiunge i 20.000 posti.

Promotion Expo Roma propone

## FIERE

### Visual Communication dal 9 all'11 novembre

Durante Visual Communication la rivista displayINTERNATIONAL organizzerà per la quarta volta il concorso SuperstarITALIA, che premierà i migliori espositori per il punto vendita prodotti nel 2006.

Questo ambito premio, che viene annualmente assegnato anche in Germania, Russia e Polonia, è ormai diventato il punto di riferimento per gli esperti del settore e offre una grande visibilità alle aziende produttrici dei display in concorso. I visitatori della fiera potranno ammirare nell'area riservata al concorso tutti i display concorrenti.

Da quest'anno i vincitori dei Superstar GOLD avranno inoltre l'opportunità di partecipare a Francoforte, dal 24 al 27 maggio 2007, al premio Superstar PLATIN, riservato ai vincitori dei diversi concorsi nazionali Superstar.

## Breaking news

### LTD sceglie Soevents

So Events è stata scelta come responsabile ufficiale della partecipazione delle aziende italiane alle manifestazioni fieristiche in Bulgaria. Curerà la partecipazione delle aziende italiane a: International Gifts Exhibition 2006; Balkan Food & Drinks 2006; Balkan Pac 2006; Aluminium, PVC & Wooden Profile 2007 Congress & Exhibition on Energy Efficiency and Renewable Energy Sources.

### Headvertising

Per cinque anni Jim Nelson andrà in giro per il mondo con un tatuaggio sulla nuca rasata con il logo del provider americano CI Host. Jim ha ottenuto il contratto dopo aver aperto un asta su Ebay.com e in un anno e sei mesi ha portato all'azienda più di 500 nuovi clienti e un'enorme visibilità sulla stampa americana e non.

### I pali delle affissioni

Sta facendo il giro delle caselle di posta elettronica la campagna per un nightclub parigino in cui i pali per le affissioni diventano quelli per la lap dance.

Nel 2005 una campagna analogica era stata realizzata in Sud Africa dalla Jupiter Drawing Room.

Spazio RP presenta l'Annuario delle Associazioni e dei Sindacati

## Ecco i "portavoce" dell'economia italiana

Nasce l'archivio delle Associazioni e dei sindacati, uno strumento di grande attualità nell'Italia della "concertazione". 3,5 milioni di aziende, 4 milioni di professionisti iscritti ad ordini e associazioni, oltre 16 milioni di lavoratori: queste sono le realtà rappresentate dalle 8.000 associazioni, ordini e sindacati più importanti in Italia, recensite dalla testata giornalistica "Spazio RP" nell'"Annuario italiano delle Associazioni di Categoria 2006", appena pubblicato. Un volume, di estrema attualità, dedicato ad una realtà, quella dell'associazionismo, che è sempre più protagonista dell'economia italiana, grazie al metodo della concertazione adottato dal nuovo governo di centro sinistra.

"La concertazione è il cuore delle scelte economiche, sociali e culturali dell'azienda Italia" - ha affermato il Presidente del Consiglio Prodi, che aggiunge: "Per ripartire insieme bisogna incontrarsi, dialogare e confrontarsi" ma, allo stes-

so tempo, bisogna "conoscere gli interlocutori di tale dialogo."

In quest'ottica, dunque, l'annuario si rivela uno strumento strategico per capire quali sono le associazioni o i sindacati che rappresentano gli interessi di un certo settore o territorio e chi vi siede al vertice.

Un mezzo professionale utile ed efficace non solo per istituzioni e PA, ma anche per le aziende nelle loro attività di marketing e comunicazione. Un prezioso volume che, in oltre 600 pagine, censisce oltre 8.000 organizzazioni di rappresentanza di interessi economici, sia di livello nazionale che locale, per un totale di più di 20.000 cariche direttive. Ma l'Annuario non è solo un archivio di riferimenti di associazioni, ordini, consorzi, distretti e sindacati. E' anche uno spazio di riflessione sullo stato del sistema economico e produttivo del Paese. In questo senso ad introdurre le pagine dedicate alle associazioni delle 103 province, c'è il punto sull'economia locale fatto dai presidenti delle locali Camere di Commercio. Inoltre presenta una serie di contributi di importanti opinion leader del mondo economico che fanno il punto sul ruolo che le associazioni dovrebbero giocare nel panorama produttivo italiano. Info: [www.spazio-rp.it](http://www.spazio-rp.it)

### FLASH dal Club

Il Club patrocina **BRANDING ITALIA: Come Gestire e Sviluppare Efficacemente il Valore della Marca nel Mercato Italiano e Estero. Il Meeting strategico che vedrà' alternarsi in presentazioni e case studies i piu' alti vertici aziendali delle principali aziende italiane ed internazionali, accompagnati da dati scientifici di istituti di ricerca.** L'evento è in programma per il 15 e 16 Febbraio 2006 a Milano. Ai soci del Club è riservato uno sconto del 10% sulla quota di partecipazione

### IL PIACERE DI SAPERLO - DI BARBARA TOMASI

#### LUXURY BOX LANCIA LA CAMPAGNA DI ORCIANI

Continua la collaborazione tra Luxury Box, la unit di McCann-Erickson dedicata ai beni di lusso, e Orciani, l'azienda marchigiana conosciuta per la produzione di cinture. L'accordo di consulenza tra la divisione guidata da Elisabetta Tangorra e Orciani prevede un accordo di consulenza di comunicazione a 360°.

#### RIGONI DI ASIAGO PARTNER DEL WWF

La Rigoni di Asiago è diventata partner del Wwf, sposando il progetto Ecoregioni Alpi. L'iniziativa è stata presentata l'8 settembre durante il Sana, il Salone internazionale del naturale che si tiene a Bologna, e ha come obiettivo la salvaguardia dell'eco-sistema delle Alpi coinvolgendo, oltre al Wwf italiano, anche quello austriaco, svizzero e francese.

#### FILA SPONSOR TECNICO DI ROBERTO MANNI

Dopo le storiche imprese di Reinhold Messner, che ha portato il marchio Fila nel 1978 sull'Everest (mt.8846) e nel 1979 sul K2 (mt.8611), Fila torna sulle vette più alte con Roberto Manni. Il brand sportivo italiano sarà infatti sponsor tecnico dell'alpinista bresciano accompagnandolo nella seconda spedizione Valsabbina in Himalaya - Shisha Pangma - a 8027 metri

### MARKETING NON CONVENZIONALE

#### Guerrilla marketing con la shopping bag

In questo anno 2006, uno dei fenomeni che sta catalizzando parecchia attenzione all'interno dei vari blog di marketing e pubblicità è quello che viene chiamato "Bagvertising", cioè la riscoperta/rivisitazione di un mezzo di comunicazione che per troppi anni è stato sottovalutato: la busta della spesa. O meglio dello shopping. Utilizzando questa in maniera molto creativa e non convenzionale si riescono a produrre degli effetti ottici tali da generare maggior attenzione e coinvolgimento nel consumatore e le agenzie hanno cominciato a sbizzarrirsi per creare l'effetto più impattante possibile.

Come ad esempio, la bag realizzata per il Centro di Autismo di Dubai degli Emirati Arabi, il cui claim cita: "Tieni la mano ad un bambino autistico".

La sensazione, l'impatto che si ottiene è molto reale, sembra proprio di aver preso per mano la bambina raffigurata, e tale trovata funziona proprio perché il messaggio che di fatto ci arriva è che a maggior ragione un bambino autistico ha bisogno di un contatto fisico, di un contatto con la realtà, di una guida che non lo faccia perdere. Ma questo è solo uno dei tanti esempi.

### IL LIBRO

#### L'azienda performante. Guida pratica per rendere l'azienda competitiva in questo decennio

ESSERE COMPETITIVI SIGNIFICA, FRA MOLTO ALTRO, ANCHE REALIZZARE QUEL LUCRO CHE È LA RAGIONE DI ESISTERE DI UN'AZIENDA. QUESTO LIBRO INTENDE ESTENDERE L'APPLICAZIONE DI QUESTA METODOLOGIA DI SUCCESSO ALLE STRUTTURE MEDIO-PICCOLE, DA UN LATO, ED AL SETTORE PUBBLICO, DALL'ALTRO, ESSENDO NOTI I SUCCESSI OTTENUTI, AD ESEMPIO, NELLA FORMAZIONE PIUTTOSTO CHE NELL'ORGANIZZAZIONE DI STRUTTURE COMPLESSE, CON DECISO INCREMENTO DELLA CUSTOMER SATISFACTION.

DI ALDO ANTONINI - FRANCO ANGELI.

### FIERE

una panoramica aggiornata sull'oggettistica per le promozioni, la pubblicità e le relazioni pubbliche, oltre ad una visione a tutto campo del regalo d'affari e della realistica natalizia. Promotion Expo Roma si conferma una preziosa occasione di contatto e di confronto fra gli espositori - che comprendono il più ampio ventaglio di prodotto-

ri, importatori, agenzie specializzate, esclusivisti di marche e distributori - e il pubblico, costituito prevalentemente da aziende e da agenzie di comunicazione.

La programmazione nel mese di settembre consente alla rassegna romana di incontrare con tempestività le richieste di regalistica aziendale natalizia sia da

parte di società private che di enti pubblici. Promotion Expo, nelle sue edizioni di Milano e Roma, è organizzata e promossa da O.P.S. Organizzazione Promozione Spazi Srl Promotion Expo Roma - 20/21/22 settembre 2006 - Fiera di Roma - via Cristoforo Colombo 239 - Padiglione 31 - Ingresso piazza Ruffino.

segue da pag. 1

### ILFOGLIETTO

DEL CLUB DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE

Supplemento a IlFoglioletto  
Agenzia di informazione on line  
Reg. Trib. Roma num. 136/2004  
dell'8/4/2004

Editrice: Nameless srl  
Anno 2 numero 10

• Direttore responsabile **Maurizio Sgroi**  
Redazione via Flavia 47 - Roma -

email: [redazione@ilfoglioletto.it](mailto:redazione@ilfoglioletto.it)

• Progetto editoriale : **Bios**

• Contenuti forniti dal Club del Marketing