



COM 2002: comunicazione d'impresa e marketing nel mercato dominato dal cliente



Tornerà alla Fiera di Vicenza, dal 10 al 12 aprile, **Com 2003**, 5° salone delle idee, strumenti e soluzioni per la comunicazione d'impresa, che sembra aver finalmente trovato la strada del successo, grazie anche al positivo abbinamento con Inprinting, manifestazione promossa da Asso.IT e dedicata alla stampa digitale. L'edizione 2002 di Com ha così raccolto quasi 8000 operatori professionali che hanno approfittato dell'abbinamento.

Le aree espositive di Com erano al solito: marketing e

pubblicità; prodotti, tecnologie e servizi per il marketing e la comunicazione; organizzazione, servizi e strumenti per eventi e congressi; associazioni di categoria ed editoria specializzata; servizi e prodotti per la promozione.

Tra i vari espositori si sono fatti notare: *Promotional Service* che ha presentato in anteprima Transformit, la scenografia portatile di effetto; *Prisma* per l'esclusiva tecnologia Tetrart con un'ampia gamma di soluzioni display e porta banner, pratica e funzionale; *Peraria* con un allestimento gonfiabile di grande impatto. Nell'area multimediale alcune giovani aziende, come *Dada Spa*, *E-Train*, *Web Multimedia* e *Newport Media Group* fornivano soluzioni per-

sonalizzate per ogni problema web. Nel settore eventi *Abstract*, *Tecnostrutture*, *Dna Studio* e *Exporent* si sono imposte grazie alle loro spettacolari scenografie, ricche di suoni, giochi di luce e d'acqua, e di tecnologia.

Il mondo della comunicazione ha registrato nel 2001 un giro d'affari di circa 30mila miliardi di lire, provenienti per la metà dai media tradizionali, mentre i restanti 15mila miliardi derivano dal cosiddetto mercato allargato (promozioni, pierre, sponsorizzazioni).

Una realtà quella della comunicazione in continuo divenire, soggetta sempre più a variabili con un unico denominatore comune: il consumatore, diventato elemento interattivo di tutta la catena pubblicitaria e non più unicamente bersaglio passivo di messaggi preconfezionati. Problematica questa affrontata dal seminario *L'evoluzione del marketing nel mercato governato dal cliente e trasformato dalla tecnologia*

coordinato dal professor Giorgio Walter Scott e realizzato da Fiera Vicenza in collaborazione con My Marketing Net e col patrocinio dell'Associazione Italiana Studi di Marketing (Aism) e Poste Italiane. Al seminario ha partecipato il professor Kotler, lo studioso di marketing conosciuto in tutto il mondo.

Profetiche le parole di Scott sul marketing del futuro: "Le nuove tecnologie dell'informazione rimettono in discussione il tradizionale paradigma di marketing, lasciando intravedere una progressiva transizione dall'era del marketing di massa a quella del marketing personalizzato o one-to-one.

Per avere successo oggi non è più sufficiente la capacità di produrre determinati beni e servizi per poterli poi vendere con successo [...], gli operatori d'impresa devono comprendere l'importanza crescente dei processi aziendali con cui vengono individuati, valutati e soddisfatti i clienti, nella consapevolezza che il vero patrimonio dell'impresa è costituito dalla capacità di conseguire un elevato apprezzamento da parte di una clientela fedele, stabile e longeva."

Masserdotti: premio alle vetrate artistiche con la tecnologia 3M Scotchprint

Il concorso internazionale Trasparenze di luce nel Terzo Millennio, promosso dal Gruppo Masserdotti in collaborazione con 3M Italia, prevedeva l'elaborazione di un progetto grafico sul tema *I Dieci Comandamenti*, per la creazione di una vetrata artistica da realizzarsi in stampa digitale tramite l'innovativa tecnologia 3M Scotchprint.

Nel campo delle vetrate artistiche, la produzione d'immagini su pellicola adesiva applicabile al vetro può costituire una valida alternativa, più rapida ed economica, alla produzione artigianale, mantenendo inalterato l'impatto

visivo e la resistenza delle immagini e riducendo sensibilmente costi e tempi di realizzazione. Numerosi i partecipanti, artisti, architetti, designer, studenti di Accademia, Architettura, Licei Artistici e Istituti d'Arte. La giuria, presieduta dall'arch. Giuseppe Maria Jonghi Lavarini, direttore di Chiesa Oggi, era composta da nomi eccellenti del mondo dell'arte e della chiesa.

La premiazione si è svolta nello stand creato all'uopo dal Gruppo Masserdotti nel Centro Fiera di Montichiari, all'interno della rassegna d'arte sacra Pulchra Ecclesia. Degne di menzione sono state ritenute *Tavole*

della Legge di Alessandro Savelli, *Non uccidere* di Roberto Tagliacuzzi e *I dieci comandamenti oggi* di Pietro Nimis. Tra i lavori insigniti di segnalazione speciale *I dieci comandamenti e la crocifissione* di Federico Honegger e *Luce del mondo* di Ivana Castellini.

Visibile la soddisfazione di Andrea Masserdotti, titolare dell'omonimo gruppo, leader europeo della stampa digitale. Recentemente ha completato il complesso e selettivo iter, prima azienda in Italia nel settore della pubblicità esterna, per la certificazione Uni En Iso 9001: 2000, con l'ente Sgs. Un traguardo



ambito, risultato dalla filosofia della Qualità Totale che l'azienda persegue da oltre trent'anni.

Uno stand Masserdotti è stato presente a Promotion 2002, mostrando come la tecnologia di stampa digitale, possa essere un valido strumento per la decorazione d'interni ed esterni di realtà commerciali, strumento economico e di forte impatto visivo

Info: www.masserdotti.it