

INPRINTING 2004 LE NUOVE FRONTIERE DELLA DIGITAL COMMUNITY

Milano, 3 maggio 2004 – Si è conclusa con risultati decisamente soddisfacenti l'ottava edizione di Inprinting, la mostra-convegno dedicata alla gestione del ciclo di vita del documento, che si è svolta dal 22 al 24 aprile a Padova. La buona riuscita della manifestazione è stata sancita dai 4.200 operatori professionali che si sono registrati durante i tre giorni e dalla presenza di 106 espositori, tra diretti e indiretti, che hanno appoggiato con fiducia ed entusiasmo le iniziative e le problematiche della manifestazione, su un'area espositiva di oltre 4.000 mq. L'evento si è confermato ancora una volta quale punto di riferimento per il settore professionale, soprattutto per il livello qualitativo dei contatti raggiunti. Ogni giornata della manifestazione si è caratterizzata per l'approfondimento di tematiche specializzate: Giovedì 22 aprile è stata definita la "Giornata della comunicazione", conclusasi con l'assegnazione del premio Digital Gutenberg; Venerdì 23 aprile ha approfondito tematiche di Document & Content Management ed è stata vetrina del primo incontro internazionale di Xplor Europa sul Digital Printing, che ha coinvolto i rappresentanti di Germania, Francia, Italia, Scandinavia, Gran Bretagna e Irlanda; Sabato 24 aprile è stata infine la giornata dedicata al comparto artigiano, con la presentazione del primo Osservatorio di mercato sul comparto grafico artigiano, a cura di Confartigianato, e un approfondimento sulla fotografia digitale, a cura di Cna Comunicazione. Sotto il segno della Business Communication Inprinting 2004 si è contraddistinta soprattutto per il forte spirito innovativo e il ricco calendario convegnistico. Tra le iniziative, la possibilità di richiedere e stampare on demand tutti gli atti dei convegni ufficiali, nonché l'immediata pubblicazione degli stessi sul sito della manifestazione (www.inprinting.it). Particolare successo dei convegni dedicati al Document Management e all'archiviazione sostitutiva, tematiche particolarmente calde del momento. Di grande rilievo la prima edizione del Digital Gutenberg, premio all'uso creativo della stampa digitale, organizzato da Assoprod e Gsd (Assografici) in collaborazione con Asso.it, Art Directors Club Italiano, Unicom e Assocomunicazione allo scopo di creare un momento d'incontro anche per direttori creativi e account di agenzia e mettere in evidenza le potenzialità in termini di redemption e di ritorno d'immagine insite nell'utilizzo della stampa digitale nella business communication. La voce degli espositori Alberto Ascari, Direttore Commerciale e Marketing - Epson Italia "La partecipazione di Epson all'evento dimostra un atto di fiducia nei confronti di Inprinting. Questo appuntamento è importante perché è l'unico evento dedicato al printing in Italia. Essendo molto verticale, la manifestazione si sposa perfettamente con quelle che sono le nostre caratteristiche. Come strategia aziendale noi privilegiamo questo tipo di eventi, mentre non appoggiamo più fiere o manifestazioni generaliste e despecializzate." Pietro Renda, Direttore Marketing - Lexmark "Siamo a Inprinting soprattutto perché abbiamo introdotto una nuova struttura all'interno delle nostre forze commerciali. Vogliamo focalizzarci sempre di più sui servizi, sulle soluzioni documentali e sul supporto dei prodotti di fascia alta e Inprinting, lanciando quest'anno il tema delle soluzioni documentali, ha rappresentato il bacino di utenza perfetto per il tipo di messaggio che volevamo dare." Luigi Marangoni, Amministratore Delegato - Kyocera Italia "Inprinting deve continuare a esistere perché è l'unico momento in cui tutti i protagonisti del settore sono presenti. Per noi è soprattutto un momento di colloquio e contatto con i nostri dealer." • Maria Lupo, Product Manager - Divisione Office Automation - Sharp "Sono i contenuti di Inprinting, la parte convegnistica, a rappresentare il cuore della manifestazione. In generale, è necessario che esistano momenti di divulgazione e di scambio su alcune tematiche dove l'informazione è ancora carente." Gianluca Rancati, Marketing Manager - Xerox "Xerox sponsorizza volentieri iniziative come quelle del Digital Gutenberg e di Inprinting perché vuole parlare al mondo delle agenzie di pubblicità e vuole imparare a conoscerlo. L'utilizzo della stampa digitale nella business communication può infatti migliorare la redemption e l'immagine di un'azienda, ma le agenzie non ne sono ancora sufficientemente consapevoli." Giorgio Fiammenghi, Direttore Commerciale Direfarestampare, società del gruppo Mail Boxes Etc. "Abbiamo scelto di essere presenti a Inprinting per dare un messaggio forte: Mail Boxes Etc. amplia la sua gamma di servizi dedicati alla grafica, alla stampa e alla comunicazione d'impresa. Siamo soddisfatti dell'interesse raccolto e riteniamo di aver raggiunto gli obiettivi che ci eravamo prefissati." Enzo Salerno, Titolare - Copyprint Italia "Siamo presenti a Inprinting da 3 anni perché la consideriamo un punto d'incontro importante per il mercato italiano, con un pubblico professionale e contatti con potenziali clienti più che soddisfacenti." Giorgio Bagnasco, Referente Tecnico Divisione - Grafoplast "I risultati della partecipazione alla manifestazione sono stati molto positivi. Siamo particolarmente soddisfatti dei contatti raggiunti e abbiamo già confermato la nostra assoluta intenzione di partecipare alla prossima edizione di Inprinting." Enrico Giannerini, Responsabile Vendite Italia - Comunica "Siamo molto soddisfatti della partecipazione a Inprinting che ci ha permesso di testare i nostri prodotti di punta sulle macchine dei principali produttori del mercato con esiti particolarmente positivi." Angelo Fusi, International Market Manager - Softeam "Inprinting ci ha permesso di creare ottimi contatti e di concludere accordi significativi con nuovi partner. L'esito della manifestazione è stata molto positiva proprio per la qualità dei contatti ottenuti."