

Officina della comunicazione: anticipazioni sui titoli dei convegni

Officina della Comunicazione, negli spazi degli **East End Studios di Milano** dal **18 al 20 maggio**, è il luogo dove confluiranno le professionalità di marketing e comunicazione del nostro Paese: dai produttori di tecnologia ai creativi, da chi realizza strumenti a chi li usa per veicolare il proprio messaggio fino all'utenza finale. Uno spazio ideale dove rappresentare la catena del valore della comunicazione.

Un'occasione di confronto e di business per tutta la filiera della comunicazione di marketing.

Con i tre saloni **Inprinting**, **Omnicom Expo** e **DM expo**, il progetto **Officina della Comunicazione** conferma l'importanza dell'area espositiva, affiancandovi altrettanti e nuovi elementi imprescindibili: contenuti, relazioni ed esperienze.



CONTENUTI

Il programma dei **convegni** sta per vedere la sua definizione proprio in questo periodo e a breve sarà pubblicato nella sezione Contenuti del sito ufficiale della manifestazione.

Gli scenari di mercato occuperanno le sessioni mattutine: 5 appuntamenti per informarsi sugli andamenti dei vari settori con la divulgazione di dati di mercato accreditati, tecniche di comunicazione, tecnologie e applicazioni.

18-mag	19-mag		20-mag	
SALA 1	SALA 1	SALA 0	SALA 1	SALA 0
<p>Convegno di APERTURA L'impegno della filiera della comunicazione tra innovazione e economia</p>	<p>Dalla parte del DATO: Come valorizzare il patrimonio nascosto nel proprio database e come utilizzarlo nelle campagne cross-media</p>	<p>Convegno a cura di AISM</p>	<p>Dalla parte dei MEDIA Come usare bene l'integrazione tra gli strumenti di comunicazione di oggi</p>	<p>Convegno a cura di AISM</p>

Nella proposta pomeridiana sarà centrale il tema della comunicazione affrontato però in modo verticale per singolo segmento di mercato dal Finance all'Editoria, dalla Pubblica Amministrazione alla GDO, dal No Profit al Turismo.

Sempre al pomeriggio trovano spazio le sessioni della durata di un'ora in cui ci si dedicherà in modo pratico-teorico a specifici argomenti tra comunicazione e stampa. L'intenzione con cui nascono è di offrire dei percorsi specifici che tengano conto delle diverse esigenze degli operatori di mercato a seconda della provenienza e degli obiettivi. Ogni modulo avrà un titolo esplicito e sarà contrassegnato da un simbolo di riferimento in relazione all'argomento trattato, in modo da favorire la costruzione di un iter formativo durante i tre giorni di manifestazione.

Gli aggiornamenti relativi alle singole sessioni saranno puntualmente resi disponibili sul sito www.officinadellacomunicazione.eu



RELAZIONI

Accanto a **Multimedia Tre e 4IT Group**, organizzatori e i promotori di **Officina della Comunicazione**, molte realtà appoggiano e patrocinano il progetto tenendo costantemente informati i propri associati. A quelle già ad oggi confermate - e di cui si riporta l'elenco - se ne stanno affiancando altre, un sostegno condiviso e trasversale che avvalorata l'intero progetto:

- DMA Italia, l'associazione che raggruppa aziende e organizzazioni no-profit che utilizzano strumenti e tecniche di comunicazione pubblicitaria diretta e interattiva
- IAB Italia, l'associazione internazionale dedicata allo sviluppo della comunicazione interattiva
- AISM, l'associazione italiana marketing
- FEDMA, Federation of European Direct and Interactive Marketing
- ASSO.IT, associazione italiana fornitori apparecchiature Information Technology
- XPLOR, associazione italiana del documento elettronico
- AIFIL, associazione italiana fabbricanti insegne luminose
- ADICO, l'associazione dei direttori marketing e commerciali
- ASSODIGITALE, l'associazione degli operatori dei media digitali

Tra gli obiettivi prefissati dagli organizzatori vi è quello non trascurabile di favorire il diretto contatto tra domanda e offerta attraverso incontri qualificati, un valore aggiunto per i visitatori dell'evento che potranno con anticipo organizzare i propri appuntamenti attraverso un'agenda organizzata centralmente. **Matching** di Officina della Comunicazione è il modo più facile per espositori e visitatori di rapportarsi con il giusto target, senza dispersione di tempo e di energia; sarà infatti, compito ora della segreteria organizzare gli incontri profilati secondo parametri condivisi da domanda e offerta.



ESPERIENZE - le filiere

Officina della Comunicazione promette a chi visita una vera e propria esperienza sul campo e la possibilità di vedere reali linee di produzione, installate per mostrare ogni fase della realizzazione di un prodotto di marketing.

Dall'idea al risultato finale, aziende di ogni anello della catena riprodurranno l'intero processo produttivo di quattro filiere: marketing diretto, advertising, packaging e photobook.

Già alcune filiere sono state completate e molto presto i visitatori potranno farsene un'idea attraverso il sito dell'evento.

Officina della Comunicazione così per come è strutturata diventa un moltiplicatore di conoscenza: in un unico spazio si potranno abbracciare i diversi aspetti e le svariate esigenze delle aziende, travalicando il concetto tradizionale di fiera. Il visitatore avrà modo di confrontarsi con un modello fieristico nuovo dove raccogliere, attraverso la portata di un'innovazione tecnologica che si fa forte delle novità in termini di comunicazione, gli stimoli necessari per aggiornarsi e affrontare il futuro professionale con maggior consapevolezza.

Sul sito www.officinadellacomunicazione.eu gli aggiornamenti sono in continuo itinere.