

La posta pubblicitaria non indirizzata in Italia "produce" 8-10 miliardi di pezzi distribuiti all'anno, sviluppando un fatturato di circa 300 milioni di euro. Un mercato dalle forti potenzialità, ma ancora immaturo e assai polverizzato, complice una soglia di ingresso piuttosto bassa. Per farlo crescere, occorrono operatori con una struttura solida, una grande esperienza nel business e un capillare presidio del territorio, capaci di introdurre una cultura nuova, un approccio moderno, razionale ed efficiente a questa attività.

È il caso di Italia Distribuzioni, primo operatore italiano nel recapito di posta pubblicitaria non indirizzata e materiale promozionale (buoni sconto, sample, ecc.). Unendo le forze con Belgique Diffusion Sa, leader assoluto dello stesso mercato in Belgio, all'inizio di quest'anno ha costituito un nuovo Gruppo internazionale indipendente, con un fatturato complessivo di oltre 130 milioni di euro (con una crescita in Italia del 20% nel primo quadrimestre 2011 vs. lo stesso periodo del 2010) e 454 dipendenti. Italia Distribuzioni e BD sono controllati da NPM Capital, fondo di private equity con oltre 60 anni di esperienza, appartenente a SHW Holding NW.

ID assicura una distribuzione efficace in tutta Italia, attraverso le sue 13 filiali operative e commerciali e una capillare rete distributiva. Un attento controllo ispettivo, l'utilizzo delle più moderne tecnologie distributive, la consu-

ITALIA DISTRIBUZIONI

Il "modello industriale" e le strategie di sviluppo del leader italiano nella door-to-door communication

La società in cifre

- La superficie della sede di Milano	500 mq
- Le filiali dirette con oltre 1.000 mq di spazi	13
- I partner esclusivi modello franchising	5
- I partner operativi	43
- I distretti in cui è suddiviso il territorio nazionale	8
- I depliant recapitati ogni anno	1,5 miliardi
- Il fatturato previsto nel 2011	36 mio di euro
- I dipendenti	102
- Gli specialisti commerciali	15
- Gli ispettori sul territorio	30
- Le addette al customer care	20
- Gli addetti operations	43
- Gli addetti al geomarketing	5
- Le unità di consegna da 2.000 famiglie cad.	25.000

lenza di esperti in geomarketing in grado di individuare il target di ciascun cliente, fanno di ID un partner affidabile. Non a caso, la società è l'unica azienda italiana del settore in seno all'ELMA (European Letterbox Mailing Association).

Tutti i plus della posta pubblicitaria

Italia Distribuzioni considera la posta pubblicitaria un *media* a tutti gli effetti, dotato di almeno cinque punti di forza.

Precisione: colpisce il target prescelto, con un'accurata segmentazione geografica e socio-demografica;

Versatilità: è utilizzato

con la massima creatività per distribuire depliant, coupon, cataloghi, brochure, campioni; **Convenienza:** ha un basso costo contatto rispetto agli altri media, grazie alla sua capillare targettizzazione;

Efficacia: cattura l'attenzione del consumatore a casa sua, consentendogli di analizzare le informazioni

Innovazione: basti pensare agli studi approfonditi dei bacini di utenze, alla razionalizzazione dei processi produttivi e distributivi, che garantiscono qualità e risparmio.

Perché affidarsi a Italia Distribuzioni

Sono numerosi e solidi i

motivi per scegliere ID. **Copertura nazionale, attenzione al locale.** La società garantisce un servizio a livello nazionale, ma anche massima accuratezza distributiva in ambito locale, grazie alle 13 filiali dirette dislocate sul territorio.

Correttezza e trasparenza. Oltre ad assicurare serietà e affidabilità, ID è anche attenta agli aspetti normativi e legali, verificando che anche i propri partner abbiano i suoi stessi requisiti e mantenendo i clienti da qualsiasi pretesa che il personale dei propri partner o istituti terzi dovesse avanzare nei suoi confronti.

Professionalità. Significa esperienza decennale, proattività, approccio consulenziale, profonda conoscenza del mercato.

Modelli industriali. ID è il primo operatore in Italia ad avvalersi di modelli già in uso da molti anni in altri paesi europei, dove il mercato è più evoluto, riuscendo così a coniugare elevata qualità e prezzi molto competitivi.

Geomarketing. ID unisce all'esperienza operativa del personale di filiale la conoscenza statistica demografica e l'analisi dei consumi assicurata dai propri specialisti. Ciò significa incrociare ogni giorno le banche dati ufficiali con i feedback sul campo, per ottenere una segmentazione efficace del territorio.

Avanguardia tecnologica. Le nuove tecnologie sono un plus fondamentale per ID, in grado così di assicurare al cliente la tracciatura dei materiali distribuiti e si-

stemi di controllo della qualità.

Investire per crescere

In estrema sintesi, quello appena tracciato è il "biglietto da visita" di Italia Distribuzioni: una società che crede profondamente nelle opportunità di sviluppo del mercato della posta non indirizzata anche in Italia, sulla scia dei successi che questo strumento

Italia Distribuzioni e Belgique Diffusion Sa, leader storico in Belgio, hanno costituito un gruppo internazionale con un fatturato complessivo di 130 milioni. L'obiettivo di ID è far crescere la cultura del mercato, facendo della posta pubblicitaria un media a tutti gli effetti, attraverso un approccio strategico moderno e strumenti che sappiano coniugare efficacia e convenienza.

sta da tempo ottenendo in Europa. D'altronde, i dati parlano chiaro: il

door to door è, dopo la televisione, il secondo media nel ricordo spon-

taneo dei consumatori. In media, il 78% dei depliant viene sfogliato e nel 70% dei casi più di una volta e da più persone del nucleo familiare (fonte: Q&A Research and Consultancy), mentre il 22% degli invii induce a compiere un'azione. Per questo, ID continua a investire concretamente per rafforzare le proprie strutture e i propri strumenti. Basti pensare, per fare solo due esempi, al progetto appena realizzato per censire a livello nazionale la presenza di caselle per la raccolta della posta pubblicitaria, compresi gli stabili con il divieto di consegna (un investimento da 1 milione di euro: i risultati saranno disponibili a inizio 2012) e alle cellophanatrici che nei prossimi mesi verranno implementate in due importanti filiali, aggiungendosi a quella già attiva a Roma e proteggendo quindi il materiale dalle intemperie.

Italia Distribuzioni lavora perché il recapito di posta pubblicitaria non indirizzata, da mero "volantinaggio" si trasformi in vero e proprio media. A tal fine occorre dare al cliente certezze e un know-how adeguato, in cambio del doveroso rispetto delle procedure, all'insegna di una partnership indispensabile per fare di questo strumento un'attività efficace, conveniente e ad elevata redemption.

Un prodotto su misura di ogni esigenza

Italia Distribuzioni propone ai clienti due tipologie di prodotti distributivi - Flexi e Convenience - che rispondono ad esigenze e a un approccio strategico molto diversi tra loro.

Flexi è un servizio door-to-door che si adatta in modo flessibile alle necessità di comunicazione del cliente, senza vincolare la consegna del materiale ad alcuna finestra predeterminata o logica operativa. È quindi ideale per le aziende che necessitano di flessibilità: personalizzazione dei bacini d'utenza, tempi di recapito basati su specifiche esigenze, zone precise di inizio distribuzione.

Convenience: efficienza e convenienza. Concretizzazione di quel "modello industriale" che ID sta implementando dal 2009 ed è già in uso da anni in altri Paesi europei, Convenience è senza dubbio il prodotto di punta della società: una soluzione di recapito promo-pubblicitario che assicura qualità del servizio a prezzi convenienti, basandosi su una profonda razionalizzazione dei processi produttivi e distributivi. Il cliente può scegliere tra due periodi di distribuzione di tre giorni ciascuno: dal lunedì al mercoledì, oppure dal gio-

vedì al sabato. In questo caso, al cliente non è permesso scegliere la zona di partenza della distribuzione o porre altre limitazioni.

La tabella in basso sintetizza il funzionamento di Convenience, che si basa su consegne in giorni predeterminati. Una risposta efficace e conveniente alle esigenze del cliente. Va detto che il modello industriale è possibile solo grazie alla movimentazione di 1,5 miliardi di pezzi annui e all'utilizzo del sistema operativo Apollo, che programma e suddivide le consegne per micro settore e permette di gestire l'intero processo di tracciatura dell'ordine, nonché aggiornare in tempo reale il cliente sullo stato di avanzamento della distribuzione: un investimento tecnologico non indifferente, ma di grande efficacia.

A supporto di questi due prodotti distributivi, ID garantisce una consulenza specifica nei servizi di geomarketing e qualità in ogni fase del processo - dallo studio del bacino, alla distribuzione delle proposte pubblicitarie, passando attraverso il servizio di customer service - curando con il massimo scrupolo anche il rapporto con i distributori.

Prodotto Convenience

Settimana precedente alla distribuzione

Giorni di distribuzione

Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab
		18.00		12.00			Wave 1					
				18.00			17.30	Wave 2				



Conferma ordine e piano di distribuzione



Consegna materiali presso depositi Italia Distribuzioni



Cellophanatura materiale (nelle aree in cui è disponibile il servizio)



Italia Distribuzioni srl
Via Fantoli, 6/3 - 20138 Milano
Tel. 02.50720395
Fax 02.50720012
www.italdi.it