



Netletter n.2

Medprint è sempre più vicina.

Con questo secondo numero della newsletter vi diamo un aggiornamento sulle azioni promozionali e sui servizi che renderanno più interessante ed agevole la vostra visita alla mostra.

In questo numero:

- [Intervista a Marco Spada - Presidente di Medprint](#)
- [Servizio "bus in fiera" : da Firenze, Perugia, Napoli e Bari](#)
- [Pre-registrazione on line](#)
- ["Ho scelto Medprint" - La parola agli espositori](#)

Intervista a Marco Spada - Presidente di Medprint

1) *Presidente Spada, la tradizione e i numeri confortano questa manifestazione, ora c'è anche un moderno quartiere fieristico e una nuova location. Che fiera ci dobbiamo attendere?*

Lo dico subito e con chiarezza: Medprint 2007 è una fiera da non perdere. Avremo un panorama espositivo completo e ricco di tecnologie. Tengo a sottolineare la presenza diretta dei marchi leader mondiali della prestampa e del digitale e la ricchezza nel segmento dell'allestimento: tutte tecnologie e soluzioni direttamente mirate a soddisfare le esigenze della grande maggioranza degli utilizzatori nel Centro-Sud.

2) *Medprint è da considerarsi una fiera a carattere nazionale oppure dobbiamo aspettarci anche visitatori dall'estero?*

Roma ha un nuovo quartiere, al centro di un più ampio bacino d'utenza e senza i vincoli strutturali che hanno impedito l'ulteriore sviluppo di Medprint a Napoli. La grande maggioranza di stampatori e di professionisti della cartotecnica e delle arti grafiche di tutto il Centro-Sud non visita i grandi appuntamenti del nord. Medprint è una fiera costruita per loro. Come punto di riferimento per i mercati internazionali il grande appuntamento restano [Grafitalia](#) e [Converflex](#).

3) *Le fiere perdono terreno, che ruolo hanno effettivamente oggi?*

La fiera resta, a mio avviso, un momento di aggiornamento insostituibile, ben diverso dalle "open house" che offrono presentazioni spesso poco oggettive e comunque prive di confronto. Medprint si offre a un bacino di oltre 22.000 operatori professionali che non ha mai avuto occasione di partecipare a una fiera così completa allontanandosi non più di 2-300 km dalla propria azienda.

4) *Come possono le fiere continuare ad interessare operatori e visitatori?*

Condivido pienamente la politica di Centrexpo di fare fiere della domanda più coese ai mercati specifici e disegnate sul profilo del visitatore. Medprint è una di queste. In un mondo in veloce evoluzione sono destinate a perdere valore e importanza quelle fiere che restano attaccate a modelli superati puntando a riempire i padiglioni e invece mettono in secondo piano la loro formidabile funzione di strumento di marketing collettivo.

Per rendere più facile il viaggio a Roma, stiamo organizzando pullman gratuiti per i visitatori che si prenoteranno entro il 10 marzo.

I bus partiranno da Firenze, Perugia, Napoli e Bari, e porteranno i visitatori direttamente a Medprint con rientro a fine giornata.

E' possibile prenotare **entro il 10 marzo** inviando una e-mail con i propri dati anagrafici a: tdoria@centrexpo.it.

I posti verranno assegnati fino ad esaurimento delle disponibilità. Alla prenotazione farà seguito il messaggio di conferma con i dettagli operativi.

Pre-registrazione on line

Da giovedì 1 marzo sarà attivo il servizio di pre-registrazione on line. Collegatevi al sito www.medprint.it e cliccate il pulsante pre-registrazione / invito, seguite le istruzioni per la compilazione del modulo, la procedura è semplice. Il servizio sarà attivo **fino al 15 aprile 2007**. Risparmiate tempo evitando le attese in reception, registratevi fin d'ora.

"Ho scelto Medprint" - La parola agli espositori

Chi meglio dei [protagonisti di Medprint](#) può dare un motivo in più per visitarla. In questo numero diamo la parola a:

Elena Tonti di LEGATORIA TONTI : "Esponiamo a Medprint fin dalla prima edizione. Puntiamo con decisione alle opportunità aperte dalla nuova sede, che si rivolge ad un bacino di utilizzatori più ampio e rappresentativo. Siamo certi che la scelta di Centrexpo consentirà a questa mostra di esprimere tutto il suo potenziale".

Ippolito Bassani di WHIMPRINT: "Finalmente una mostra completa che ci permette di puntare a tutta quella vasta fascia di operatori del Centro-Sud che finora non aveva un suo appuntamento di riferimento. Abbiamo fatto un investimento importante nella nuova Medprint perché crediamo in questo grande appuntamento che ci consente di ottimizzare le risorse presentando il meglio della nostra produzione ad una platea che oggi ha un grande bisogno di innovare e ottimizzare il proprio processo produttivo".

Orazio Samoggia, Presidente di SAMOR INTERNATIONAL GROUP: "Siamo presenti per la prima volta direttamente in Medprint perché crediamo nelle potenzialità del grande mercato del Centro-Sud. L'infrastruttura, la nuova Fiera di Roma, e la centralità della capitale rispetto a questo bacino d'utenza motivano l'investimento su questa mostra. Nell'auspicio che con questa nuova edizione il Medprint si affermi come un appuntamento complementare alle grandi fiere del Nord, il Gruppo Samor, presenterà alcune importanti novità nella gamma del materiale di consumo per l'industria grafica di propria fabbricazione oltre ad alcune importanti soluzioni innovative nella tecnologia della stampa digitale.