



MAIL BOXES ETC.[®]
#PeoplePossible

 MBE
CREATIVITY
DAY #PrintPossible



MAIL BOXES ETC.[®]
#PeoplePossible

• ■ ◆
● ◻ ◆ ◻ MBE
◻ ◆ **CREATIVITY**
DAY #PrintPossible

Different is better
and easy, if you want



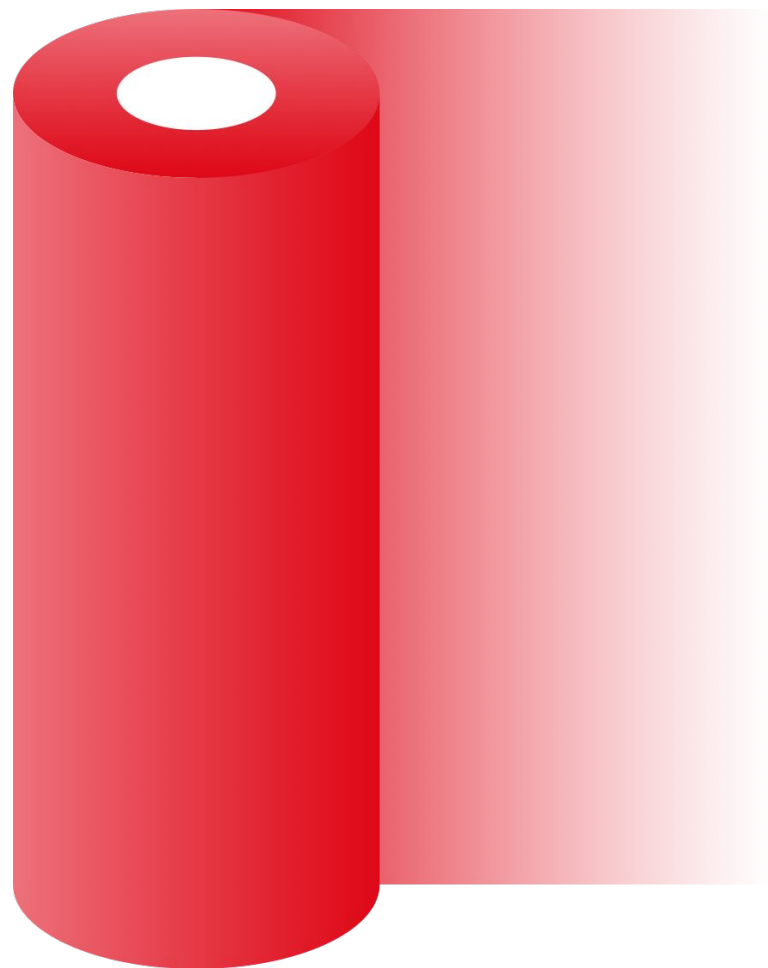
Raffaele Angelillo

Chi sono

Consulente e specialista in stampa e comunicazione visiva, da oltre 20 anni si occupa di stampati commerciali, editoria e cartotecnica. Docente, divulgatore e caporedattore per **Converting Magazine**. Dal 2015 è membro del consiglio direttivo di **Taga Italia**, Associazione Tecnici Arti Grafiche e oggi ricopre il ruolo di vicepresidente e responsabile della comunicazione. Ha insegnato presso gli **Artigianelli** di Milano, **ITS Angelo Rizzoli** di cui è Marketing Manager e ha due corsi all'interno dei Master di Editoria dell'**Università Cattolica** di Milano.

...e ho tante storie
da condividere!





DI COSA PARLEREMO

- Scenario e trend di mercato
- Il valore della stampa
- Personalizzazione, variabilità, prototipazione
- Upselling e crossselling
- Referral e ambassadoring: si può fare



Scenario e trend

Quali fattori influenzano il mercato della stampa?

Cosa influenzerà il mercato della stampa?

Transizione Energetica

Innovazione e Industria 5.0

Green & Economia Circolare

Investire in Competenze

Mercati in Crescita

Transizione Energetica

Investire in efficienza e fonti alternative per ridurre costi e aumentare la competitività

- L'alto costo dell'energia è una delle maggiori criticità per le aziende italiane del settore, riducendo la competitività rispetto ai competitor europei
- Un punto chiave è la capacità di produrre energia dagli scarti di produzione, una pratica già diffusa in altri paesi europei ma ancora limitata in Italia



2023 Cellulosa Producer Price - Index=100

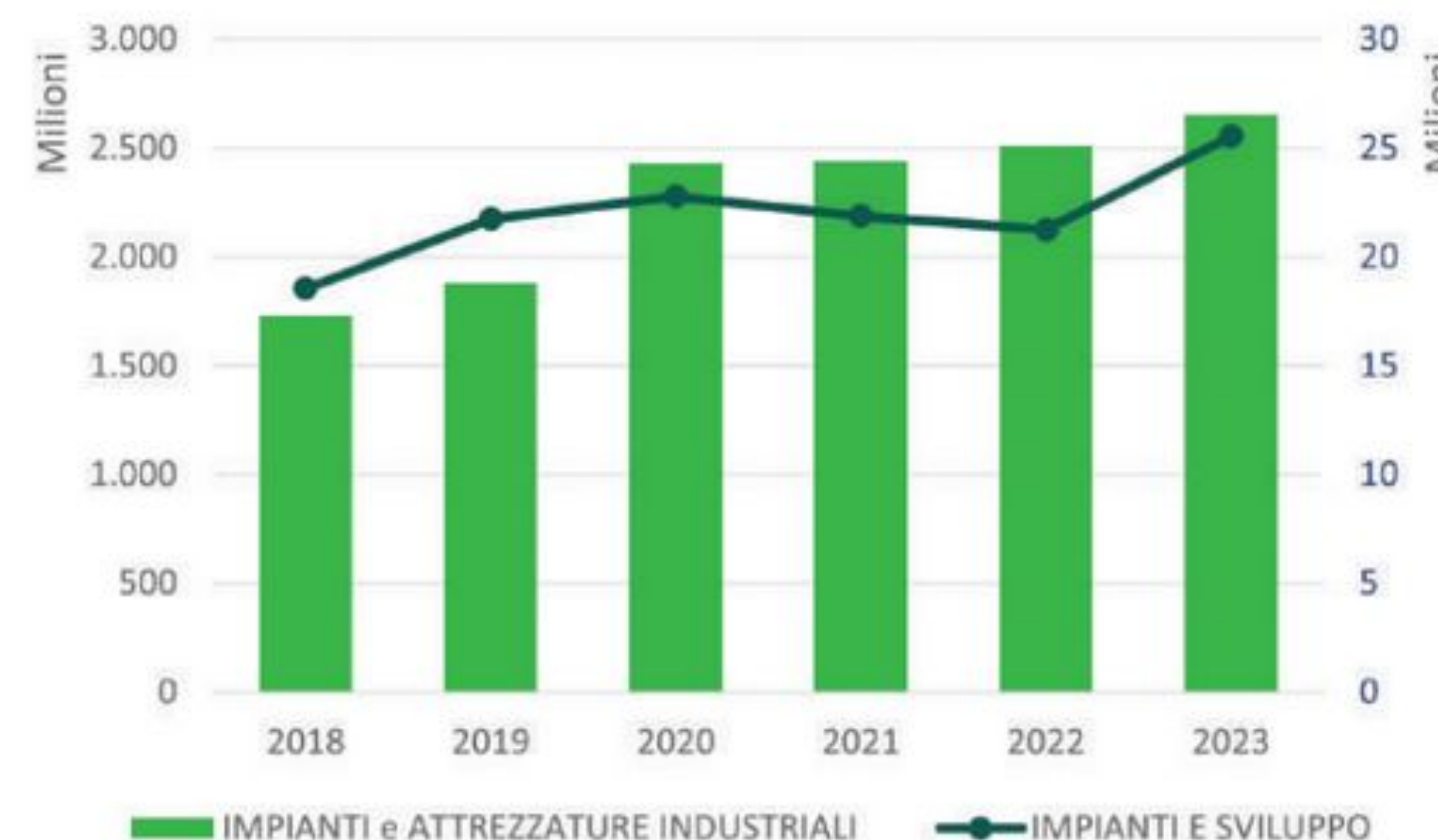


Innovazione e Industria 5.0

Sfruttare automazione, AI e incentivi per migliorare processi, flessibilità e Time to Market

- Le aziende cercano soluzioni che aumentino l'efficienza produttiva, riducano gli scarti e ottimizzino l'uso di materiali ed energia
- Una vera novità e un tema centrale per il 2025 sarà l'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale come assistente per l'uso, la manutenzione e l'ottimizzazione dei sistemi di stampa, offrendo grandi opportunità per semplificare e rendere più sicura l'operatività

Impianti e sviluppo



Green & Economia Circolare

Rispondere alla domanda di sostenibilità investendo in processi green, materiali eco e riciclo

- Le aziende investono in macchinari meno energivori e soluzioni che garantiscano l'ecosostenibilità dei materiali e dei processi
- La domanda del mercato presta sempre più attenzione all'impatto ambientale, all'economia circolare e alla conservazione delle materie prime
- Nella stampa grande formato, c'è una tendenza a richiedere supporti "sostenibili" che possano rientrare in un circuito di economia circolare
- La carta è un biomateriale con un'eccellente circolarità



Investire in Competenze

Aggiornare formazione e attrarre giovani per superare la carenza di personale qualificato

- Sensibilizzare i giovani sulle opportunità di impiego nel settore, evidenziando che le aziende impiegano sistemi automatizzati e tecnologie avanzate, rendendo il lavoro in produzione interessante anche per chi è attratto da informatica e robotica
- Le aziende del settore grafico e cartotecnico incontrano una crescente difficoltà nel reperire personale con competenze specifiche
- Promuovere la formazione specifica in settori come la cartotecnica, che offre maggiori opportunità, è cruciale



Mercati in Crescita

Esplorare packaging, digitale e personalizzazione con investimenti mirati per la crescita

- Il mercato del packaging, in particolare l'imballaggio in carta, cartone e flessibile, e il cartone ondulato, registrano performance positive
- Settori come la stampa digitale tessile e la stampa su cartone ondulato sono in fase di crescita
- La domanda di "personalizzazione" è in costante aumento e alimenta diversi comparti
- Sta tornando di moda il libro!

Il valore della stampa

La stampa è morta (cit.)



Bennet

Case Study

Partendo dalle confezioni di alcuni prodotti essenziali, attraverso un lavoro di redesign, sono stati integrati alcuni estratti di grandi classici della letteratura.

Scelti in base a un preciso punto di contatto: al loro interno viene, infatti, citato proprio il nome del prodotto che li ospita. Il lettore viene così trasportato al centro di una storia e indotto a continuare a leggerla, tramite un QR code che trova sempre spazio sulle confezioni.

La stampa è viva!

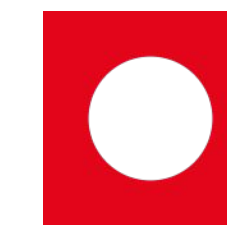
Ecco i dati che lo confermano:

- Il segmento della stampa commerciale, che include una vasta gamma di prodotti da materiali promozionali a etichette e packaging, ha raggiunto un valore stimato di 0,91 trilioni di dollari nel 2024. Le previsioni indicano un'ulteriore crescita fino a 1,02 trilioni di dollari entro il 2029, con un CAGR del 2,38% per il periodo 2024-2029.
- L'industria editoriale nel suo complesso ha registrato un aumento del 6,5% su base annua nel 2024, raggiungendo i 14,2 miliardi di dollari.
- Alcune stime indicano un mercato della pubblicità su stampa di 31,54 miliardi di dollari nel 2024, destinato a crescere a 32,58 miliardi di dollari nel 2025 (CAGR del 3,3%). Il direct mail advertising, un sottosegmento importante, è stato valutato a 67,7 miliardi di dollari nel 2024, con una previsione di 69,37 miliardi di dollari nel 2025 (CAGR del 2,5%).



Print marketing per le PMI

Personalizzazione, variabilità, prototipazione



"Un volantino nella giusta buca delle lettere, un coupon inserito in un pacco, una cartolina inviata per una ricorrenza: sono strumenti semplici, economici e misurabili. L'importante è progettare bene: un messaggio chiaro, una call to action, un contatto diretto."

Suggerimenti e idee

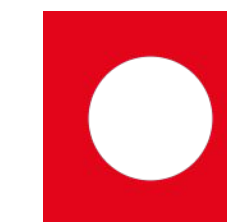
Tutte banali vero, ma le avete provate?

- Messaggi personalizzati: non una cartolina anonima ma un vero e proprio messaggio dedicato al destinatario
- QR Code e sistemi di link: tracciare le campagne anche a costo zero - Bitly, UTM ecc
- Ridondanza VS Ripetitività grafica: con la costanza si costruisce il brand di successo
- Il bello vince, la forma a volte è più importante del contenuto



Upselling e crossselling

Personalizzazione, variabilità, prototipazione



Facciamo chiarezza, partiamo dalle basi

Upselling

L'upselling si concentra su incoraggiare il cliente ad acquistare una versione più premium o avanzata del prodotto iniziale. L'obiettivo è far percepire il valore aggiunto della proposta.

- Esempio 1 - Materiali di stampa di alta qualità
Se un cliente ordina biglietti da visita standard, si può proporre una versione con carta più spessa e finitura opaca/lucida, che trasmetta una maggiore professionalità.

Crossselling

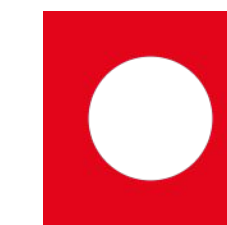
Il cross-selling consiste nel proporre prodotti o servizi aggiuntivi che si integrano con l'acquisto principale. L'obiettivo è aumentare il valore della transazione offrendo articoli utili al cliente.

- Esempio - Servizi di imballaggio
Un cliente ordina un set di brochure stampate. L'azienda può suggerire anche l'acquisto di buste personalizzate o scatole di imballaggio protettivo, per un trasporto sicuro e professionale.

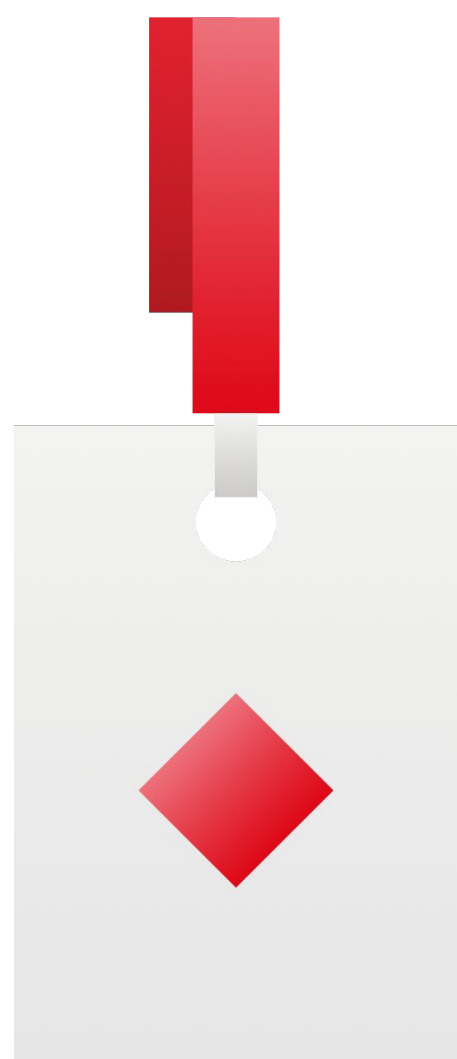
Cosa serve per vendere di più?

Dati, intuizione e perseveranza

- C'è bisogno di sapere cosa i nostri clienti comprano, con quale frequenza, quale budget annuo a disposizione, se esiste una stagionalità, preferenze di acquisto ecc
- Si vende sempre e in qualsiasi momento: a volte l'accordo migliore si raggiunge grazie all'intuizione del momento
- Non basta provarci una volta, le strategie si analizzano a lungo termine (e se sono errate, si cambiano in fretta)



Quella volta in cui...



Personalizzazione

Consegnato con scatole personalizzate con logo aziendale



Variabilità

Creato una variante di coupon con i nomi di una cella excel nascosta



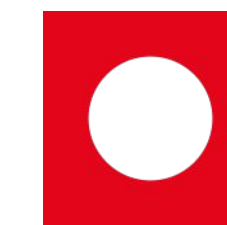
Prototipazione

Creato una proposta di packaging 3D prima della conferma d'ordine



Referral e ambassadoring

Si può fare



Vi racconto una storia

C'era una volta un'azienda che chiese ai suoi clienti di segnalare un prospect dal loro DB a fronte di uno sconto...

Referral

Il Referral Marketing (o Marketing Referenziale) si concentra sui tuoi clienti attuali. Li si incoraggia attivamente a raccomandare i nostri servizi di stampa o logistica alla loro rete personale e professionale diretta

- Esempio 1 - Se ci presenti un'altra azienda che diventa nostra cliente per servizi di stampa o logistica (con un primo ordine minimo di €150), riceverai un credito di €30 sulla tua prossima fattura.

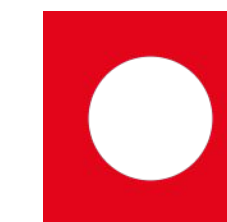
Ambassadoring

Un programma di Brand Ambassador (Ambasciatore del Marchio) implica la promozione attiva e pubblica della nostra azienda, dei nostri servizi e dei nostri valori attraverso i loro canali (social media, blog, eventi, passaparola qualificato).

- Esempio - Diventa nostro Ambassador: consiglia attivamente i nostri servizi di stampa coordinata (biglietti, brochure, roll-up) e logistica per materiale fieristico ai suoi clienti. In cambio, riceve una commissione % su ogni nuovo cliente che porta o un pacchetto annuo di stampa gratuita per le sue esigenze.

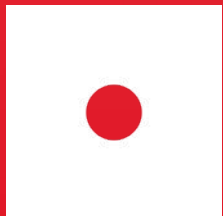
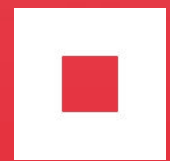
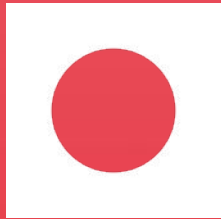
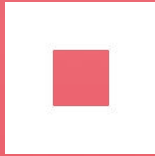


ancora una...
prometto che poi smetto



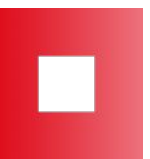
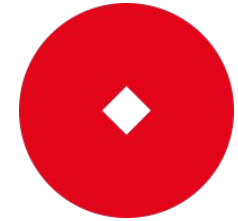
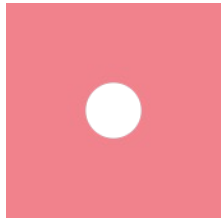
è il customer care?

lo fate? se si come? automatismi? bot? analisi?



Q&A

Voi che ne pensate?



© 2025 MBE Worldwide. This document contains confidential information. Reproduction and distribution are not authorized.

A voi la parola!

Con questo sondaggio vogliamo raccogliere alcuni pareri sui temi appena trattati.

Il sondaggio è anonimo e richiede pochi minuti per la compilazione.
I risultati saranno presentati nella prossima sessione della giornata.

Grazie per la collaborazione.

