COMUNICATO STAMPA

SIGLATA LA PARTNERSHIP TRA CONSODATA DEL GRUPPO SEAT PAGINE GIALLE ED EURISKO

L'ACCORDO PERMETTE DI INTEGRARE LA GRANDE MAPPA

CON 11 MILIONI DI CONSUMATORI

Roma, 11 marzo 2008 – Presto marketeer e comunicatori italiani avranno la possibilità di coordinare e integrare le campagne media con quelle di marketing diretto, innovando le loro strategie. Lo annunciano **GFK Eurisko**, il più importante istituto operante in Italia nelle ricerche sul consumatore, e **Consodata, la società del Gruppo Seat Pagine Gialle** di riferimento nei servizi per il marketing e la comunicazione diretta.

Le due società hanno siglato un accordo di collaborazione che permette di popolare con le anagrafiche di oltre **11 milioni di consumatori italiani**, contenute nella banca dati pienamente conforme alla privacy **di Consodata**, le celle della **Grande Mappa Eurisko** che identificano i profili e gli stili di consumo degli italiani. La Grande Mappa Eurisko viene tipicamente utilizzata per scegliere i target delle campagne media. Grazie all'accordo, sarà così possibile pianificare campagne più articolate ed efficaci, che all'azione pubblicitaria classica affiancano o fanno seguire comunicazioni personalizzate e nominative (one-to-one), volte a stimolare la risposta diretta del consumatore.

Una volta definito il target di un nuovo prodotto sulla base delle potenzialità d'acquisto, si potranno da un lato selezionare i media più adeguati a raggiungerlo, dall'altro selezionare i nominativi dei consumatori che lo popolano, per azioni di comunicazione diretta indirizzate. Si potrà inoltre anche verificare la loro concentrazione nel territorio per azioni di comunicazione "a zona" e per l'affinamento della selezione dei media territoriali di interesse per l'advertising.

Per accedere a questo nuovo database profilato sulla Grande Mappa - reso possibile da un nuovo quadro di riferimento statistico, univoco e comune al mondo dell'advertising e della comunicazione one-to-one - ci si potrà rivolgere a Consodata.

"Il problema più importante per chi fa comunicazione multimediale è quello di articolare il mix dei canali e degli strumenti" - ha commentato **Fabrizio Vigo, amministratore delegato di Consodata** - *"Oggi, marche e centri media hanno gli strumenti per fare vere campagne pubblicitarie integrate, includendo il direct marketing nella pianificazione. Allo stesso tempo, il mondo del Marketing e del CRM potrà beneficiare di un ulteriore elemento di profilazione che metta in connessione le loro iniziative 1-to-1 e territoriali con il mondo della Comunicazione above-the-line."*.

"Ciò che sino a pochi anni fa era scontato, mass-media per disponibilità e targetizzazioni ampie e marketing diretto per minori disponibilità e targetizzazioni più selettive, non regge più." – ha commentato Remo Lucchi, amministratore delegato di GfK Eurisko – "*Pubblicità e marketing*

diretto sono sempre più complementari, con la prima deputata al branding e il secondo a instaurare un dialogo con il consumatore. L'accordo con Consodata rimuove i tanti ostacoli per mettere in pratica questo approccio".

La costruzione del riferimento statistico comune.

Il servizio si basa sull'integrazione delle celle della Grande Mappa Eurisko (che organizza i consumatori in 16 classi per stili di vita) con la banca dati Omnitarget di Consodata.

Per realizzare questo collegamento, sono state abbinate una matrice comune di variabili rilevanti per l'identificazione e l'attribuzione della cella della Grande Mappa ed un set di variabili di taglio socio-economico del data-base Consodata. Ciò consente di identificare anagrafiche e informazioni di contatto (nomi e indirizzi) coerenti con i profili della Grande Mappa, al fine dell'erogazione di campagne di marketing one-to-one e della realizzazione di analisi e modelli di geomarketing, che permettono di rilevare la distribuzione nel territorio dei target d'elezione di specifici prodotti e servizi.

SEAT PAGINE GIALLE

Il Gruppo Seat Pagine Gialle è leader europeo ed uno dei principali operatori a livello mondiale nel settore della pubblicità direttiva multimediale con un'offerta "carta-telefono-internet", con prodotti high tech per internet, per la navigazione ortofotometrica e satellitare e con strumenti complementari di comunicazione come il one-to-one marketing.

Da oltre 80 anni SEAT Pagine Gialle propone servizi di informazione, strumenti di reperibilità e di comunicazione. E' una storia di successo costruita su un marchio conosciuto da tutti gli italiani, su una rete commerciale di oltre 1.700 persone, su una tecnologia in costante evoluzione, su un database di 20 milioni di famiglie e 3 milioni di operatori professionali, e su una vasta gamma prodotti che garantisce la disponibilità di un vero "sistema" integrato di comunicazione a circa 600mila Clienti italiani: 63,3 milioni di volumi distribuiti nelle case e negli uffici (dati 2006), 32,5 milioni di chiamate directory assistance (dati 2006) e oltre 307 milioni di visite sulle directories Internet (dati 2006) mettono in contatto persone e aziende, esigenze e soluzioni e favoriscono gli scambi economici.

CONSODATA SPA (*www.consodata.it*)**,** società del gruppo Seat Pagine Gialle, è il player di riferimento in Italia nei servizi per la marketing intelligence e il marketing one-to-one. Con sedi a Roma e a Milano, circa 25 milioni di Euro di ricavi nel 2007, 104 addetti, dispone dell'esperienza e delle capacità di servizio che permettono di raccogliere informazioni su milioni di consumatori; individuare i target d'elezione dei prodotti e dei servizi più specifici; realizzare campagne di marketing one-to-one a ciclo completo, sviluppare e offrire soluzioni e servizi di marketing intelligence e geomarketing per tutti i principali settori di mercato.

GFK EURISKO *(www.eurisko.it)* è oggi il più importante istituto operante in Italia nelle ricerche sul consumatore. L'Istituto svolge indagini che coprono l'intero panorama della ricerca sociale e di mercato in termini di finalità, aree e settori, metodologie e procedure.

GfK Eurisko fa parte del Gruppo GfK, il quarto Istituto di ricerche di mercato al mondo. IL Gruppo GfK conta oltre 8.400 dipendenti, ha sedi in più di 70 paesi, e offre ricerche di mercato in oltre 90.

Contatti:

Barabino & Partners - Tel. +39 02.72023.535
Adela Leka – a.leka@barabino.it

Consodata_ Tel. +39 06.51612.549
Mattia Camellini – mcamellini@consodata.it

GfK Eurisko – Tel. +39 02 43809376
Vitalba Paesano – ufficio.stampa@gfk-eurisko.it