

La Redazione

# I perché di una scelta VINCENTE



Messe Frankfurt New Era Business Media e Ethos Media Group. Due realtà operative apparentemente molto diverse, due latitudini lontanissime anche per una società globale, due mercati che vivono di logiche ben definite e mature nelle loro specifiche individualità. Eppure un'unica concezione editoriale, un unico approccio al mercato, una sola filosofia aziendale ed un unico pensiero comunicativo: porsi in posizione di partnership con gli operatori del settore, produrre contenuti altamente qualificanti e professionali; mettere a frutto tutte le combinazioni offerte dalla comunicazione integrata. Il tutto mettendo sempre al centro la relazione tra imprese e clienti. Ecco come due visioni apparentemente lontane si sposano nell'eccellenza contentutistica. Ethos Media Group ci pensava da tempo, ma aveva bisogno di un partner forte. Ora ce l'ha.



## ne parliamo con Parson Lee

Managing Director di Messe Frankfurt New Era Business Media

**I brand A&S non richiede presentazioni. Ripercorriamo però le tappe più significative che hanno portato un piccolo editore di buyer's guide a diventare un colosso presente su oltre 166 paesi, capace di far gola anche ad un gigante come Messe Frankfurt.**

Nei primi anni '90, quando siamo nati, si vendevano prevalentemente prodotti stand alone e la piattaforma di ricerca di A&S colmava il gap informativo di allora in materia di sicurezza elettronica. Negli ultimi 19 anni A&S si è però trasformata, da buyer's guide locale, in un network di riviste professionali B2B con distribuzione globale, che collegano tutti gli operatori della supply chain (progettisti, produttori, distributori e system integrator). Con l'arrivo dei colossi dal mondo dell'informatica e delle telecomunicazioni, il mercato richiedeva infatti modalità di comunicazione e canali di vendita più robusti. L'allora Gruppo A&S cominciò a diversificare l'offerta attraverso i canali web + eventi specializzati. Per globalizzare e localizzare simultaneamente tutta la nostra produzione editoriale, i canali web ed eventi sono poi divenuti un must. Nel luglio 2009 è stata siglata una partnership tra il Gruppo A&S e Messe Frankfurt (Hong Kong) per unire le forze, accelerare la crescita del settore e rafforzare il riconoscimento a livello globale. Così tutti i nostri brand – le riviste A&S, asmag.com, SecuTech Expo, GDSF e CompoSec – continuano a crescere e a consolidarsi.

**Qual è la filosofia editoriale di un brand leader per la stampa tecnica mondiale destinata alla security?**

Un buon editore deve saper guidare il mercato. Fornire ciò che davvero serve agli operatori è infatti il solo modo per portare reale beneficio ai nostri clienti

e partner. Bisogna quindi seguire con attenzione ogni cambiamento ed essere presenti in loco per percepire dal vivo l'andamento dei mercati locali. A&S si è concentrata sui mercati emergenti (Cina, Russia, India e Sudest Asiatico, Sudafrica, America Latina, Europa dell'Est, Medio Oriente): ovunque inviamo dei giornalisti a raccogliere dal vivo impressioni e materiali. Essere semplici osservatori non ci interessa.

**Sei stato uno dei primi a cogliere il valore aggiunto della comunicazione integrata nel comparto sicurezza. Quali sono le chiavi per sviluppare oggi un progetto di comunicazione realmente evoluto?**

Carta stampata, web ed eventi sono tre leve parimenti cruciali per dare visibilità e promuovere il business.

Essendo complementari, svolgono compiti e portano benefici diversi. La stampa tecnica permette di leggere, toccare con mano e conservare il materiale più rilevante, oltre a garantire una copertura capaci di lasciare il segno. Il web è invece sinonimo di grandi volumi, semplicità di ricerca, aggiornamento quotidiano, interattività. Ma sono gli eventi specializzati il luogo privilegiato dove concretizzare le partnership, stringere le mani, guardarsi negli occhi, sentire come pulsano i mercati.

**SecuTech Expo è la più importante finestra sul mercato asiatico della sicurezza. Quale contributo darà la potente egida di Messe Frankfurt (www.messefrankfurt.com) sulla vostra proposta fieristica?**

L'impronta globale di Messe Frankfurt, la sua esperienza e professionalità proietteranno i nostri eventi in uno scenario ancor più internazionale. I produttori locali e i player mondiali potranno capitalizzare le nuove piattaforme per comunicare meglio tra loro, per formare partner ed utenti e per promuovere l'industria della sicurezza. Tutti i nostri clienti, partner, visitatori e lettori potranno usufruire di iniziative di marketing diversificate in un ricco portafoglio di opzioni. Con l'integrazione delle fiere sulla sicurezza già esistenti di Messe Frankfurt (a Dubai e in Argentina), gli eventi regionali di A&S e la rete vendite mondiale, la nuova realtà **Messe Frankfurt New Era Business Media** intende raggiungere nuove sinergie in termini di visitatori ed espositori.

**La rete A&S cresce di anno in anno: dall'Asia vi siete allargati in diversi paesi emergenti e ora approdate in UE. Quale vantaggio può trarre un inserzionista di A&S Italy dall'appartenenza ad un network globale?**

A&S è un brand estremamente forte e consolidato. I nostri reporter, la nostra rete vendite, i contatti e i partner che vantiamo in tutto il mondo sono gli elementi più preziosi del nostro knowhow. A&S Italy offrirà ai lettori e agli inserzionisti informazioni aggiornate su innovazioni tecnologiche, new business, applicativi evoluti, e farà da ponte verso tutti i mercati della rete A&S. I contatti e il knowhow del gruppo a livello globale permetteranno alle riviste e ai player locali di godere di maggiore visibili-

tà sul piano internazionale. Lo scambio e la condivisione di informazioni verrà rinforzato per capitalizzare qualsivoglia area di business.

**Hai creduto sin da subito nella solidità e nell'esperienza del management di Ethos Media Group: perché hai scelto il nostro team come volano editoriale verso l'Europa Unita?**

## ne parliamo con Andrea Sandrolini

Managing Director di Ethos Media Group

**N**asce A&S Italy. Sogno nel cassetto, opportunità inattesa o coincidenze?

Diciamo che una serie di coincidenze hanno cominciato a convergere verso un'opportunità inattesa, che rappresentava un sogno inespresso. Ho sempre guardato al gruppo A&S come ad un network vincente per la promozione della security, ma per lungo tempo il mercato italiano non sembrava maturo per una svolta così importante. Ora è invece il mercato stesso a chiedere una sferzata propositiva, un'idea dirompente che permetta al settore di ingranare la quinta e manifestare tutto il suo potenziale non solo a casa nostra, non solo in Europa, ma su tutti i mercati più interessanti. In questo processo, un editore che sta dalla parte degli operatori - un partner - deve saper preparare il terreno al proprio mercato, deve, con una metafora ciclistica, tirargli la volata per fargli tagliare traguardi sempre nuovi. Ecco perché ci siamo affiancati all'editore più forte per promuovere il mercato della sicurezza a livello globale.

**Qual è la filosofia editoriale di A&S Italy?**

La capacità di penetrazione e l'autorevolezza di un brand leader si sposano nella rivista **A&S Italy** con quella miscela di passione, esperienza e fantasia

Conosco Andrea Sandrolini da oltre 10 anni e credo che i risultati da lui raggiunti parlino da soli. Persona conosciuta e stimata, Andrea ha raccolto la fiducia dei brand leader del settore. La sua personale dedizione e l'impegno di Ethos Media Group nei percorsi comunicativi integrati si sposano perfettamente con i nostri obiettivi. Siamo convinti che Ethos Media Group abbia tutte le carte in regola per perfezionare le offerte di A&S in Italia: esperienza, professionalità, relazioni. Con queste credenziali, siamo certi che A&S Italy guiderà gli operatori della sicurezza verso traguardi sempre nuovi.

che possiede soltanto un team fortemente consolidato sul mercato italiano, l'anima pulsante che si cela dietro a un grande brand. L'approccio alle tematiche globali della sicurezza viene calato nella nostra realtà in una visione del mercato che non è né global né local, ma *glocal*. La partnership con Messe Frankfurt New Era Business Media permette inoltre agli inserzionisti italiani di promuoversi su oltre 166 mercati esteri. Questa è la nostra ricetta per conquistare la *readership*.

**Che concezione avete della comunicazione integrata per il comparto sicurezza?**

Ethos Media Group si propone come partner per lo sviluppo di progetti di comunicazione evoluta: la vendita degli spazi tabellari è solo un tassello di un modello integrato che coinvolge le potenzialità di internet (dal quotidiano di informazione on line **secsolution.com** alla webtv), gli eventi verticali, la penetrazione sui mercati esteri, ma anche la personalizzazione di percorsi formativi e comunicazionali. Le aziende del settore troveranno in un unico interlocutore tutte le risposte.

**Ha accennato agli eventi. Cosa propone Ethos Media Group per il 2010?**

Il 26 maggio 2010 a Milano avrà luogo **CCTV & IP security forum**, un evento dal format assolutamente inedito che va oltre la fiera, oltre la convention, oltre i confini, oltre la stessa TVCC.

La parola chiave è *innovAzione*: nell'offerta tecnologica, nelle scelte scientifiche, nella chiave espositiva, nella stessa proposta formativa, rivisitata in una sorprendente chiave "entertainment".

**Dunque il triangolo della comunicazione di Ethos Media Group è in realtà un rettangolo con ai vertici la carta stampata, il web, gli eventi e anche la formazione....**

Dice bene. Sul fronte formativo, dove operiamo con il marchio **Ethos Academy**, abbiamo stretto una partnership con **Fortimpresa Group** per somministrare formazione in materia di security e safety e per fornire consulenze multidisciplinari.