

## COMUNICATO STAMPA

# ContactLab: l'e-mail marketing si afferma in Italia. L'80% del popolo internet iscritto ad almeno 3 newsletter

**Lo rivela una ricerca realizzata da Human Highway per la società leader nell'e-mail e digital marketing ContactLab**

Milano, 25 marzo 2008 – L'e-mail marketing si rivela sorprendentemente come uno strumento di comunicazione pubblicitaria capillarmente diffuso. Ed anche efficace, perché spesso gradito.

L'80% dei navigatori internet italiani è infatti iscritto ad almeno 3 diverse newsletter (si va da un 27% che ne riceve 3 o 4 a un 5% che ne riceve fra 15 e 20: la media è di oltre 6 iscrizioni per utente).

Il 55% degli utenti riceve le newsletter sulla propria casella di posta principale e oltre l'85% attiva le immagini contenute, o immediatamente (44%) o in un secondo tempo (41%).

A rivelare questi dati, che dipingono uno scenario sicuramente inatteso, con un utente di posta elettronica molto più abituato e interessato alle newsletter di quanto si crede, è una ricerca realizzata da Human Highway per **ContactLab**, la business unit di **Tomato Interactive** specializzata in servizi e soluzioni di e-mail e digital marketing, guidata dall'ad **Massimo Fubini**.

La ricerca ha preso in esame un campione fortemente 'internettiano', rappresentativo di 19,1 milioni di italiani, ovvero le persone di almeno 15 anni di età che si connettono alla Rete almeno una volta alla settimana, indipendentemente dal 'device' utilizzato.

Si tratta di un segmento di popolazione estremamente dinamico e interessante: composto per il 58% da uomini e per il 42% da donne, è molto giovane (il 75% ha meno di 45 anni), urbano (il 36% abita in città superiori ai 100.000 abitanti) e istruito (l'83% ha diploma o laurea). Il 73% si connette al Web tutti i giorni o quasi: l'82% usa computer fisso, il 58% il portatile e il 14% il telefonino.

Quante e-mail ricevono queste persone ogni giorno? Gli uomini 17, le donne 19. Di queste e-mail, molte sono newsletter, come abbiamo visto sopra. Sono cinque le categorie che prevalgono sulle altre, con percentuali fra il 44% e il 47%: viaggi/turismo, telefonia, informazione, e-commerce, community online.

Un dato colpisce: se l'atteggiamento prevalente di fronte alle e-mail non desiderate è cancellarle senza nemmeno aprirle, più 'rispettoso' è l'atteggiamento di fronte alla newsletter che non si vuole più ricevere: si fa 'unsubscribe' e si chiede la cancellazione.

Solo un'esigua minoranza, appena il 5% del popolo internet, non è iscritto a nessuna mailing list / newsletter, e non lo fa per ignoranza, ma al contrario perché non ne sente la necessità (29%) o è infastidito dal riceverle (31%)

Il 45% vorrebbe essere contattato via e-mail (solo il 39% via cellulare) dal proprio gestore di telefonia cellulare per avere informazioni importanti (addirittura sulla e-mail vince la lettera a casa, a conferma del gradimento per i mezzi di comunicazione 'caldi' e personalizzati, quale vien percepita l'e-mail). Addirittura, se a dover comunicare una cosa importante è la banca, l'e-mail vince sulla lettera, che torna a prevalere sull'e-mail nel caso di comunicazioni importanti di E-Bay.

**Ufficio Stampa Contactlab**

**Tomato Interactive - ContactLab**

Via Natale Battaglia 10 - 20127 Milano (Italy)

Tel. +39.02.2831181 - Mobile: +39 339 338 78 18 - Fax. +39.02.70030269 / +39.02.93650443

<http://www.tomato.it>

<http://www.contactlab.com>

Per richiedere informazioni:

**Giusy Barrese**

Marketing & Comunicazione

[giusy.barrese@contactlab.com](mailto:giusy.barrese@contactlab.com)

**Francesco Rizzardi**

Sales Director

[francesco.rizzardi@contactlab.com](mailto:francesco.rizzardi@contactlab.com)

**CONTACTLAB – TOMATO INTERACTIVE**

**ContactLab** è la divisione Digital Direct Marketing di Tomato Interactive dedicata all'ideazione e allo sviluppo di progetti mirati di marketing e comunicazione e-mail e mobile based. Oggi leader in Italia, ContactLab opera sul mercato da 8 anni con professionalità ed esperienza, affiancando le maggiori aziende italiane e internazionali nello sviluppo di progetti di e-mail marketing ad alto valore aggiunto, volti ad accelerare il business on-line.

**Tomato Interactive**, Web agency fondata nel 1998, è specializzata nello sviluppo di software Web-based. Vanta una solida e riconosciuta competenza nell'ambito delle soluzioni di e-mail marketing, eCRM e in tutte le attività di log analysis e business intelligence.

**Oltre 500 i clienti** che affidano il loro digital direct marketing a ContactLab, tra cui:

Ferrari – Audi – Peugeot – Acer – MicroStrategy – Philips – Samsung – Fastweb – De Agostini – RCS – Consodata / Seat Pagine Gialle – CondèNast – Hachette Rusconi – San Paolo Editore – Banca Mediolanum – Bnl – Ing Direct – Filo Diretto – Linea Banche Popolari – Yoox – Clarins – Calvin Klein – Fila – Blockbuster – Manpower – Expedia – Eden Viaggi – Lastminutetour.com – Volagratis – Accor Hotels – Iperclub – Coca-Cola Hbc – Nestlè Waters – Star – Ikea – Metro Cash & Carry – Despar – Audiweb – Università Bocconi – Mip / Politecnico di Milano – Cepu – Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento della Protezione Civile – Ediforum – ICE, Istituto per il Commercio Estero.