



PN24 Comunicazione - Postalmarket torna in edicola con l'ironia dei The Jackal

Roma - 09 nov 2022 (Prima Notizia 24) “Crediamo nell’inclusività, a tutti i livelli. Con Postalmarket vogliamo riportare

l’attenzione dei nostri clienti sulle nostre aziende, tutte italiane, che ogni giorno si impegnano a tutela dell’ambiente e di ogni forma di diversità”.

“La sostenibile leggerezza dei The Jackal”. È questa la cover story del prossimo numero di Postalmarket, in edicola ad ottobre. Lo storico catalogo italiano, ora diventato un magazine di trend e d'ispirazione per lo shopping Made in Italy su www.postalmarket.it, ritorna puntuale in edicola a un anno dal lancio ufficiale. Un anno in cui oltre 400 marchi hanno deciso di aprire il proprio mini e commerce su Postalmarket per portare i propri prodotti nelle case di milioni di italiani. Una scelta storica, quella portata a termine dalla direzione editoriale del magazine, che di fatto scardina una storia decennale. Postalmarket ha infatti sempre scelto per le sue cover story volti di donne celebri: un tempo erano attrici o modelle, poi sono diventate le influencer. Scelte ovviamente dettate dalle esigenze di mercato, considerato che il target femminile negli acquisti moda era determinante. Ma la nuova Postalmarket ha una forte identità volta a promuovere l'eccellenza italiana, a far conoscere le imprese più belle, a dar voce a chi si impegna per abbattere ogni pregiudizio, liberi da stereotipi. Ecco quindi in copertina quattro persone, vere e tremendamente schiette, capaci di raccontare coi loro volti e le loro storie la sostenibilità: i The Jackal. Simpatici, geniali, italiani e soprattutto inclusivi. Rispecchiano appieno la vocazione di Postalmarket al rispetto. Così, la redazione di Postalmarket ha passato una giornata assieme a Fru, Aurora, Ciro e Fabio. Tra battute, provini di abiti e una frittura al ristorante per scoprire il loro mondo costruito sulla bellezza dell'ironia social e su scelte etiche e di consumo sostenibili, ci hanno anche raccontato di quando comperavano Postalmarket, il tutto all'insegna di una leggerezza sempre sostenibile. Accanto a loro, importanti approfondimenti legati a tutti i mondi che si ritrovano sempre aggiornati sul marketplace: non solo moda ma anche enogastronomia, arredamento per la casa, tempo libero ed experience da vivere anche con gli amici a 4 zampe. Tra le altre personalità presenti, citiamo l'artista dei fumetti Milo Manara, ma anche una intervista a Joe Bastianich sull'enogastronomia e un ritratto di Candela Pellizza all'insegna del Reduce-Reuse-Recycle, le tre regole imprescindibili dell'agire sostenibile. Confermata la partnership artistica con exhibart e Supermartek che fanno di Postalmarket anche una galleria d'arte digitale. Il magazine è in edicola con un numero unico e da collezione, in cui tutti gli articoli e i prodotti scelti seguono la logica delle scelte sostenibili. La rivista oggi è ovviamente solo la punta dell'iceberg dell'ecosistema Postalmarket e dialoga in tempo reale con l'App che permette di visualizzare i contenuti extra associati alle pagine del magazine, con il marketplace in cui ogni giorno vengono caricati nuovi prodotti e contenuti redazionali per fare acquisti di tendenza e consapevoli e con progetti di comunicazione che danno voce e vita a iniziative sociali che nascono nelle aziende italiane; senza dimenticare l'apparato di

comunicazione social e web per scovare i trend e progetti. “Postalmarket ha deciso di recitare la sua parte nella ricerca della sostenibilità a tutti i livelli, sia ambientale che etico e sociale”, spiega l’amministratore delegato Alessio Badia. “Oggi lavoriamo con 400 marchi e abbiamo oltre cinquantamila prodotti sul sito. Chiediamo ai nostri partner di sposare la nostra filosofia. Ogni giorno arrivano tantissime richieste di aziende che vogliono raccontarsi sui nostri canali, che vogliono mantenere la loro identità senza cedere sempre alle logiche di prezzi al ribasso di altri marketplace. E il nostro lavoro consiste nel selezionare per i nostri clienti quelle aziende che operano nel Made in Italy, che hanno le loro radici ben piantate nella nostra terra e nella nostra identità, fatta di bellezza, enogastronomia, saper fare, innovazione e passione. E creiamo sempre nuovo spazio per brand emergenti, stilisti, designer e imprenditori che in questo particolare momento storico hanno comunque deciso di rimanere in Italia e portare nuovi prodotti e nuove idee nel mercato”. Concretamente, l’azienda porta avanti scelte sostenibili creando delle partnership con chi ha fatto della sostenibilità il proprio progetto d’impresa: da Altromercato a Sea Shepherd, in difesa del nostro ambiente, alla collaborazione con A.N.G.E.L.O. Vintage per la creazione di un progetto di moda circolare. “Il nostro obiettivo è quello di porsi come espressione del miglior made in Italy”, conclude Badia. “Siamo un’azienda storica italiana, che ha avuto il coraggio di diventare tech company pur mantenendo vivo il cuore editoriale. Radici piantate nel passato, mente proiettata al futuro dell’e commerce e della logistica integrata per soddisfare repentinamente il cliente. Questo è Postalmarket”.

(Prima Notizia 24) Mercoledì 09 Novembre 2022