



ciaopeople

■ AGENZIE ■ AZIENDE

Peggy Guggenheim sceglie Nimai per la digital strategy di Intrapresæ

La digital agency ha sviluppato una strategia, con un focus sulle attività video e social, in occasione del 25mo anniversario del progetto. L'agenzia ha gestito anche il planning del video

di Caterina Varpi 19 giugno 2017

Condividi questo articolo



Davide Maggi

La Collezione Peggy Guggenheim di Venezia ha scelto Nimai per la strategia digital di Guggenheim Intrapresæ, arrivato al 25° anniversario, primo progetto di Corporate Membership in un museo italiano, che ha fatto del sostegno alle attività del museo veneziano il proprio fiore all'occhiello, rendendo possibile una programmazione espositiva e culturale dinamica.



Analyze

Ultimi Articoli

■ MEDIA

Sport Network lancia SOLO, formato 100% viewable ed esclusivo

■ CAMPAGNE

Peroni 3.5, lo spot di lancio è in tv con creatività di Saatchi & Saatchi

Condividi questo articolo



Guggenheim Intrapresæ è diventato un network che si impegna a diffondere la passione per l'arte portando avanti una visione del fare cultura attraverso l'impresa puntando su aziende, nazionali e internazionali, che, proprio della cultura, fanno il loro motore di crescita. Un modo nuovo per superare l'ottica dei singoli sponsor **promuovendo un cultural engagement incentrato sui vantaggi propri dell'ottica del fare rete**: questo il messaggio che ha guidato l'attività di Nimai, con l'obiettivo finale di **aumentare l'awareness nel segmento B2B di riferimento del network attraverso una digital strategy dedicata a raccontare e ad amplificare i vantaggi dell'adesione ai valori di Intrapresæ.**

L'agenzia ha utilizzato una **strategia multicanale** realizzata attraverso una serie di iniziative coordinate per amplificare il carattere disruptive di un luogo di incontro e di cultura costituito da aziende differenti ma accomunate dai medesimi intenti, capaci di distinguersi per il mecenatismo e per il contributo consapevole rivolto alla crescita del proprio territorio di appartenenza e operatività e ottenere, così, sempre maggiori adesioni al network.



Un impegno che si è concretizzato intorno al claim **#disegniamoilfuturo** relativo alle celebrazioni del 25mo anniversario del network in occasione del quale Nimai ha curato sia il video campaign sia i progetti social con **protagonisti tre noti influencer** che hanno raccontato, dal loro punto di vista, lo speciale cultural engagement di Guggenheim Intrapresæ. L'agenzia ha curato anche la **pianificazione** sul digital e sui social del filmato.

Enfaticizzando il ruolo dei claim **#disegniamoilfuturo** e **#condividiamopassione** il video si rivolge a tutti, con un focus particolare sulle realtà nazionali e internazionali leader nel proprio settore di riferimento e connotate da un forte impegno nella social responsibility proprio per sensibilizzare il cultural engagement e il rapporto tra arte e mondo produttivo.

Un tema, questo, che è stato al centro dell'incontro **"Fabbricatori di cultura. Dal modello Guggenheim Intrapresæ a nuove forme di creatività aziendale"**, incontro clou dell'anniversario, di Guggenheim Intrapresæ, che ha visto alternarsi sul palco della Bologna Business School nomi di spicco del panorama industriale italiano e di cui Nimai ha dato una lettura originale dal punto di vista specificatamente social.

Grazie all'apporto di 3 influencer di settore è stato creato un link virtuoso tra loro e Guggenheim Intrapresæ, per costruire un racconto, con parole e immagini, declinato sui social, la cui content strategy era volta a enfatizzare il carattere innovativo di una collaborazione tra la realtà museale e alcune imprese che rappresentano l'eccellenza del made in Italy, accomunate dalla volontà di essere catalizzatori di cultura, creatività e innovazione.

"Il focus dei nostri messaggi è sempre stato il sottolineare il valore differenziale di Guggenheim Intrapresæ rispetto alle altre realtà: una Corporate Membership tutta italiana, volta al sostegno di attività culturali dallo stampo fortemente imprenditoriale capace di cambiare il modo di percepire l'arte" ha commentato **Davide Maggi**, Ceo di Nimai.

Michela Bellini nuova managing director di Isobar Italia

■ CAMPAGNE

Birra Forst lancia il test "Che Birra sei?". Campagna a supporto di Cayenne

■ MEDIA

Sony lancia Cine Sony, dal 7 settembre sul digitale terrestre

■ AGENZIE ■ MEDIA

Gruppo Triboo lancia Triboo Direct, società specializzata in Direct Marketing

■ AZIENDE

Iap, ecco le "buone pratiche" per veicolare messaggi corretti sul digital

■ MEDIA

Corriere dello Sport e Tuttosport tornano alle Baleari

■ SOCIAL

WMF17, l'influencer marketing di Voicr premiato da Amazon

■ CAMPAGNE

La strega Antidola di Fastum torna in tv. Firma Tribe

POPCORNTV

Film in streaming gratis, recensioni, trailer e news dal mondo dell'intrattenimento

Milano, 11 ottobre 2017 Auditorium IULM