

ANNUAL  
DEGLI EVENTI



20 YEAR beait  
ANNIVERSARY  
EDITION

GLI EVENTI DEL BEA ITALIA 2023



# Roma Caput BEA

## Un ventennale da incorniciare



**D**opo il successo della prima edizione romana, e grazie alla partnership con **Roma Capitale** e **Convention Bureau Roma e Lazio**, la **Live Communication Week 2023** di ADC Group, powered by **Ninetynine**, torna nella Città Eterna ospite di una location prestigiosa come l'**Auditorium Parco della Musica Ennio Morricone**.

Cinque giorni ricchi di creatività durante i quali si riuniranno oltre 2.000 professionisti degli eventi, del settore congressuale e del turismo d'affari con l'obiettivo di valorizzare l'evento come medium strategico di comunicazione e di business, e festeggiare i migliori progetti dell'anno con la **20esima edizione del BEA Italia** e la **18esima del BEA World**, e le due cerimonie di premiazione dedicate al mercato italiano e mondiale dell'industria degli eventi.

Grazie anche al supporto del Gold Sponsor **Intesa Sanpaolo** e di tutti gli altri partner che hanno scelto di lavorare insieme a noi nella costruzione di questo 'evento degli eventi', l'intera settimana rappresenta un'occasione imperdibile di aggiornamento professionale: dalle 'live presentation' di tutti i progetti finalisti alle tavole rotonde e ai dibattiti sulle tematiche più calde del settore con speaker di altissimo livello, fino al networking delle serate di premiazione dei progetti che come di consueto le straordinarie giurie di professionisti – presiedute quest'anno da **Tommaso Muscojona**, Sport Event Marketing Manager **Red Bull Italia**, per il BEA Italia, e da **Francesca Montini**, Chief Communications Officer **Ferrari** per il BEA World – avranno reputato i migliori dell'anno.

Insomma, un doppio appuntamento con quanto di meglio è stato prodotto negli ultimi 12 mesi dalla Event Industry italiana e internazionale e per anticipare ciò che arriverà nel prossimo futuro. Con un obiettivo ben preciso in entrambi i casi: far vivere a tutti i partecipanti un'esperienza meravigliosa e senza tempo, proprio come recita il claim di quest'anno, 'Experience Eternity'.

SALVATORE SAGONE  
direttore responsabile e presidente ADC Group

**3** EDITORIALE  
3 di Salvatore Sagone

**8** CONVENTION BUREAU  
ROMA E LAZIO  
8-11 Roma e Lazio  
Emozioni Senza Fine

**15** LA GIURIA  
16-19 Il presidente  
e i giurati

**21** BEST EVENT AWARD  
22-23 Le aree di iscrizione,  
i premi e le categorie

**26** MACROCATEGORIE  
26-41 Evento B2B  
42-66 Evento B2C  
67-74 Evento B2I

**76** CATEGORIE  
76-102 Brand Activation  
104-114 Celebrazione/  
Ricorrenza  
116-120 Congressi e Convegni  
121-132 Convention  
134-154 Evento Culturale

155-162 Evento delle  
Pubbliche Istituzioni

163-170 Evento Educational/  
Formazione

171-175 Evento Incentive/  
Team Building

176-180 Evento Musicale

181-188 Evento Non-Profit/  
CSR

189-206 Evento Press & PR

207-215 Evento Sportivo

216-223 Evento Trade-Retail

224-240 Installazione Creativa

241-256 Lancio di Prodotto/  
Servizio

257-266 Roadshow

**267** CATEGORIE TECNICHE  
267-268 Evento Digitale  
269-275 Evento Sostenibile  
276-278 Evento Low Budget  
279-298 Format Proprietario  
299-310 Gestione della  
Complessità  
Organizzativa

311-326 Evento Integrato

327-344 Utilizzo Unexpected  
di uno Spazio

**345** BEST PARTNER AWARD  
346 Catering  
347 Location  
348-351 Servizi Digitali per  
Eventi

**353** I PROTAGONISTI  
Indice alfabetico di tutte le  
strutture partecipanti e dei loro  
progetti in gara  
354-361 Best Event Award  
361 Best Partner Award



# ANNUAL DEGLI EVENTI

GLI EVENTI DEL BEA ITALIA 2023

E20©  
PERIODICO

n°116

Reg. Trib. di Milano n° 530,  
24/09/2003

SOCIETÀ EDITRICE

ADC Group srl

PRESIDENTE

Salvatore Sagone

REDAZIONE E PUBBLICITÀ:

Via Copernico, 38  
20125 Milano  
tel: +39 02 49766316  
[e20@adcgroup.it](mailto:e20@adcgroup.it)

SEDE LEGALE:

Via Freguglia, 2 - 20122 Milano  
[info@advexpress.it](mailto:info@advexpress.it)

DIRETTORE  
RESPONSABILE

Salvatore Sagone  
[salvatore.sagone@adcgroup.it](mailto:salvatore.sagone@adcgroup.it)

COORDINAMENTO  
EDITORIALE

Tommaso Ridolfi  
[tommaso.ridolfi@adcgroup.it](mailto:tommaso.ridolfi@adcgroup.it)

ART DIRECTION  
E REALIZZAZIONE

Marco Viale  
[marco@mvcreative.it](mailto:marco@mvcreative.it)

RESPONSABILE  
COMMERCIALE

Andrea Parmigiani  
[andrea.parmigiani@adcgroup.it](mailto:andrea.parmigiani@adcgroup.it)

ACCOUNT MANAGER

Andrea Gervasi (Roma)  
[andrea.gervasi@adcgroup.it](mailto:andrea.gervasi@adcgroup.it)  
Elena Rossi  
[elena.rossi@adcgroup.it](mailto:elena.rossi@adcgroup.it)  
Franco Trerotola  
[franco.trerotola@adcgroup.it](mailto:franco.trerotola@adcgroup.it)  
Elisabetta Zarone  
[elisabetta.zarone@adcgroup.it](mailto:elisabetta.zarone@adcgroup.it)  
Barbara Rosselli (international)  
[barbara.rosselli@adcgroup.it](mailto:barbara.rosselli@adcgroup.it)

ABBONAMENTI

Ilaria Aguzzi  
[abbonamenti@adcgroup.it](mailto:abbonamenti@adcgroup.it)

MARKETING E  
COMUNICAZIONE

[marketing@adcgroup.it](mailto:marketing@adcgroup.it)

FOTOCOMPOSIZIONE  
E STAMPA

Arti Grafiche Lombarde  
Via Isonzo 40/1/2  
Quinto Dè Stampi - 20089  
Rozzano (MI)

Abbonamento annuale per l'Italia  
con l'Annuario Event Marketing Book  
e con l'Annual degli Eventi: 170,00  
euro

Finito di stampare nel mese di  
novembre 2023

Copyright 2023 ADC Group

**A.N.E.S.**  
ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA



**STREAMING EVENTS** **VIRTUAL SHOWS** **VIDEO PRODUCTION**

**VISITOR EXPERIENCE**

**INTERACTION DESIGN**

**BROADCAST CONTENT**

**BIG EVENTS**

**LIVE SHOWS**

**WEB & MOBILE APP DEVELOPMENT**

**EVENT PLATFORMS**

**CLO****NWERK**<sup>®</sup>  
SHOW YOUR EMOTIONS

clonwerk.it

# Roma e Lazio Emozioni Senza Fine

*Convention Bureau Roma e Lazio: meeting, it's our business*

Il **Convention Bureau Roma e Lazio** (CBReL) è l'organismo ufficiale di promozione dell'offerta e dei servizi di Roma e Lazio sui mercati nazionali e internazionali della meeting industry, fondato in accordo con le principali associazioni di categoria del turismo e le istituzioni del territorio, **Roma Capitale e Regione Lazio**.

Oltre a promuovere le candidature di Roma e Lazio per eventi e congressi, il CBReL offre supporto ai meeting organizer fornendo informazioni dettagliate sul territorio, sulla disponibilità di venue e strutture, sulle opzioni di pernottamento, trasporti e servizi logistici, semplificando notevolmente i processi decisionali per la scelta di una destinazione.

## CONVENTION BUREAU ROMA E LAZIO

Via Flaminia, 388 - 00196 Roma  
[www.conventionbureauroma lazio.it](http://www.conventionbureauroma lazio.it)

### Bureau Manager:

Monica Conti  
[monica@cbroma lazio.it](mailto:monica@cbroma lazio.it)

### Communication Manager:

Edoardo Siliquini  
[edoardo@cbroma lazio.it](mailto:edoardo@cbroma lazio.it)



Il Consiglio di Amministrazione del Convention Bureau Roma e Lazio: Daniele Brocchi, Stefano Fiori, Flaminia Roberti, Onorio Rebecchini e Marco Misischia

L'attività di scouting delle opportunità per rafforzare il turismo legato alla meeting industry prevede, inoltre, la promozione diretta della destinazione attraverso attività di comunicazione e marketing e la realizzazione di ricerche e analisi del settore per monitorare le tendenze del mercato e migliorare la qualità dei servizi offerti. Di pari passo al lavoro più istituzionale, oltre a facilitare l'incontro tra domanda e offerta e favorire il dialogo tra gli attori del settore pubblico e privato, il CBReL sviluppa fam trip ed experience turistiche altamente personalizzate con l'obiettivo di migliorare l'esperienza di viaggio dei partecipanti, incoraggiandoli a prolungare il loro soggiorno per scoprire le eccellenze del territorio a 360°.

Il network del CBReL conta oltre 150 player del turismo regionale, tra imprese private, associazioni di categoria e player del turismo che rappresentano, in modo trasversale, la totalità della filiera della meeting industry del territorio: dai più importanti operatori del settore, ai centri congressuali di prestigio internazionale quali il *Roma Convention Center 'La Nuvola'* e l'*Auditorium*





Il Palazzo della Civiltà Italiana a Roma Eur

*Parco della Musica 'Ennio Morricone', poli fieristici del calibro della Fiera di Roma, gestori di importanti infrastrutture come Aeroporti di Roma, grandi operatori dello sport e della cultura quali Sport e Salute e Zetèma, hotel business e luxury oriented, agenzie PCO e DMC, società di catering e service provider.*

### **Il territorio: una piccola Italia**

Con oltre 360 km di coste, 10 bandiere blu riconosciute alle località balneari, 21 bandiere arancioni attribuite ai borghi dell'entroterra, 7 siti materiali e immateriali iscritti nel Patrimonio Mondiale dell'Umanità UNESCO (*Villa Adriana e Villa d'Este* a Tivoli, le *Necropoli etrusche* di Cerveteri e Tarquinia, il *centro storico* di Roma, la *Machina di S. Rosa* a Viterbo, la *Faggeta di Monte Raschio* di Oriolo Romano, la *Faggeta del Monte Cimino* a Soriano nel Cimino) e la rete dei 5 cammini spirituali (la *Via Francigena del Nord*, la *Via Francigena del Sud*, il *Cammino di San Francesco*, il *Cammino di San Benedetto* e la *Via Amerina*), l'intero territorio regionale offre inimitabili fattori di attrazione. Accanto a Roma, la città d'arte per antonomasia nonché meta tra le più visitate e desiderate al mondo, le cinque province comprendono una rete di destinazioni ancora lontane dal mainstream e che vantano importanti asset strategici in grado di attirare l'attenzione di un pubblico diversificato e con elevato potere d'acquisto: una solida offerta commerciale di alta gamma caratterizzata dai brand più iconici



Villa D'Este a Tivoli  
(Roma)



L'Abbazia di Montecassino  
(Cassino, Frosinone)



Una vista del Monte Terminillo  
(Micigliano, Rieti)



Parco dei Mostri, Bomarzo  
(Viterbo)



Il Circuito e il Centro Congressi dell'Autodromo Vallelunga 'Piero Taruffi'

del Made in Italy, un inestimabile patrimonio storico-culturale, una naturale vocazione per il turismo wellness, un'importante presenza di strutture congressuali d'eccellenza, una forte concentrazione di strutture ricettive di lusso e business oriented, ville e dimore di pregio e una significativa offerta enogastronomica e di ristorazione stellata.

Inoltre Roma e Lazio presentano una serie di infrastrutture di qualità legate alla mobilità: dal trasporto aereo, con il sistema degli *Aeroporti di Roma (Aeroporti di Fiumicino e Ciampino)*, al trasporto ferroviario, con le *Stazioni di Roma Termini e Roma Tiburtina* (servite da *Trenitalia e Italo* per le linee Alta Velocità). A completare le dotazioni infrastrutturali, assume particolare rilevanza il *Porto di Civitavecchia*, tra i primi dieci porti al mondo per i passaggi crocieristici internazionali.

### Lazio 'on the road'

Tra le più recenti iniziative realizzate dal CBR eL, in perfetta sinergia con la Regione Lazio, figura **Lazio on the road**, il progetto di valorizzazione turistica regionale nato con l'obiettivo di promuovere le venue congressuali di pregio del territorio – tra cui l'*Autodromo di Vallelunga 'Piero Taruffi'* – alle case automobilistiche e imprese automotive estere per attrarre eventi di lancio di nuovi modelli a clienti, media e top management.

Il progetto è stato realizzato in forma ibrida con una serie di eventi in presenza, tra cui presentazioni alle fiere internazionali IMEX Francoforte, IMEX AMERICA Las Vegas e IBTM Barcellona, fam trip nel Lazio e road show in Germania e Belgio rivolti a top operator, associazioni e aziende corporate, e iniziative online come, ad esempio, la realizzazione di campagne di comunicazione su webzine estere attraverso la pubblicazione di redazionali web e la diffusione di uno spot video dal concept emozionale legato alle meravigliose strade consolari che si irradiano nel Lazio.



Uno scorcio di Ponza (Latina)

C'ERAVAMO  
ANCHE NOI



**STS COMMUNICATION**  
FULL PRODUCTION COMPANY

EVENT - CONVENTION - LIVE MUSIC - BROADCAST TV - FASHION SHOW  
VIRTUAL PRODUCTION - RETAIL - SET DESIGN - MOTION DESIGN

[stscommunication.it](http://stscommunication.it)  
[info@stscommunication.it](mailto:info@stscommunication.it)





# Digivents

The Event Management Platform

**Sai che servono molti tool  
per la gestione di un  
evento?**

**Investi in un'unica  
PIATTAFORMA!**



## SOFTWARE per la gestione di:

- ✓ SEGRETERIA ORGANIZZATIVA
- ✓ TRAVEL & ACCOMMODATION
- ✓ MATCHING
- ✓ APP
- ✓ VIRTUAL EVENT
- ✓ SITO WEB
- ✓ GAMIFICATION
- ✓ NETWORKING
- ✓ ENGAGEMENT

[www.digivents.com](http://www.digivents.com)



# ANNUAL DEGLI EVENTI



# LA GIURIA



## PRESIDENTE DELLA GIURIA



**Tommaso Muscojona**

Sport Event Marketing Manager  
Red Bull Italia

## VICE PRESIDENTI

**Antonino Caridi**

Global  
Experiential  
Manager  
Campari Group



**Alessandro Cellamare**

Head of Events  
Ferrari



**Marina Manfredi**

Peroni Family  
Brand Director  
Birra Peroni



**Flavia Muratori**

Ceremony  
Manager  
UEFA



La giuria del **BEA Italia 2023** è composta da 50 professionisti di grande esperienza nel campo della Live Communication: event manager, responsabili marketing e comunicazione e rappresentanti delle associazioni più autorevoli del settore. Il presidente della giuria ha il compito di guidare e indirizzare i lavori, assistito dai vice presidenti.

La giuria ha il diritto di spostare i progetti da una categoria a un'altra o di raggruppare, cambiare o aggiungere nuove categorie. Può decidere di non assegnare premi in una o più categorie qualora non giudicasse meritevoli i lavori iscritti, o assegnare il premio a più candidati ex aequo. Il giudizio e le decisioni della giuria sono insindacabili.

La giuria si svolge in due fasi:

- **FASE 1:** i giurati, divisi in gruppi, esprimono un voto sulla base del materiale caricato online dalla struttura iscrivente. Da questa prima fase scaturisce la shortlist dei migliori progetti.

- **FASE 2:** la giuria, in sessione plenaria, assiste, valuta e vota le presentazioni 'live' dei progetti in shortlist, decretando i vincitori del BEA Italia.



AZIENDE

**Emanuela Angori**

Group Corporate and Internal Communication Director  
Webuild Group



**Karen Bogliacino**

Head of Corporate Events  
CNH Industrial



**Massimiliano Colognesi**

Head of External Affairs  
BAT - British American Tobacco



**Laura Arduino**

Head of Eventi e Rappresentanza, Direzione Comunicazione e Immagine  
Intesa Sanpaolo



**Camilla Calza**

Marketing Director  
Benetti



**Diego Daniele**

Connections & Media Manager - Italy and Albania  
The Coca-Cola Company



**Federico Bacciolo**

Coordinatore Events  
Banca Ifis



**Laura Campopiano**

Business Development & Communications Director  
Snaitech



**Giulia De Dominicis**

Brand Activation Manager  
iliad



**Arianna Baldanzi**

Manager of Creativity & Contents  
Fastweb



**Massimiliano Cariola**

Direttore Marketing  
Porsche



**Laura Fabbri**

Head of Eventi Incentive e Business  
Generali Italia



**Riccardo Belli**

Head of Events & Sponsorship  
Eni



**Stefania Cartechini**

Marketing Project Manager  
Valmont Industries



**Andrea Fabbricini**

Head of Consumer Marketing  
A.S. Roma



## BEA ITALIA 2023 - LA GIURIA

### **Stefano Fiori**

Membro Cda  
Convention  
Bureau Roma e  
Lazio



### **Antonella Mandarano**

Responsabile  
Advertising,  
Events &  
Engagement  
Simest



### **Federica Merlo**

Head New  
Product  
Promotion  
Leonardo  
Helicopters



### **Davide Fontana**

Head of Events  
& Experience  
Manager  
Teamsystem



### **Alice Marinelli**

Engagement  
& Corporate  
Communication  
Manager  
Pernod Ricard  
Italia



### **Gregorio Nason**

Responsabile  
Eventi  
Piaggio



### **Sarah Gorla**

Resp. Org.  
Eventi, Dir.  
Comunicazione  
e Marketing  
Commerciale  
Banca  
Mediolanum



### **Isabella Matera**

Head of brand  
management  
and corporate  
communication  
Banca Investis



### **Elisa Noaro**

Responsabile  
Trade Marketing  
ed eventi  
Reale Mutua  
Assicurazioni



### **Veronica Lugli**

Global Events  
Responsible  
Maserati



### **Stefania Matrone**

Head of  
Transformation  
& Development  
Office WindTre



### **Iris Pavese**

Head of Events  
Davines



### **Cristina Magaglio**

Responsabile  
Comunicazione  
& Eventi  
Rete Alleanza  
Assicurazioni



### **Paolo Merlin**

Public Affairs  
Manager  
Corporate  
Affairs Dep.-  
Direzione  
Generale  
Heineken



### **Giancarlo Piana**

Direttore  
Comunicazione  
Edenred



## BEA ITALIA 2023 - LA GIURIA

### **Gianmaria Restelli**

Responsabile  
External  
Communication  
and Corporate  
Image  
Gruppo Unipol



### **Cesare Salvini**

Chief Marketing  
& Media Officer  
Grandi Stazioni  
Retail



### **Dina Zanieri**

Responsabile  
Comunicazione  
Interna Italia  
Enel



### **Davide Romani**

Direttore  
Marketing Area  
Theatrical  
The Walt Disney  
Company



### **Olivia Tassara**

Responsabile  
Communication,  
Sponsorizzazioni,  
Eventi e  
Protocollo  
Ferrovie dello  
Stato Italiane



### **Raffaele Zeppieri**

Marketing  
Director  
Sony Interactive  
Entertainment  
Italia



### **Jole Rossetti**

Marketing  
Manager HL  
Herbalife  
Nutrition



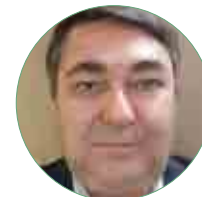
### **Serena Torresani**

Mice  
Coordinator  
Ita Airways



### **Marco Zibardi**

Dir.Public Affairs  
& External  
Communication,  
Responsabile  
Eventi  
SEA



### **Alessandra Salsedo**

Relazioni  
con i Media e  
Comunicazione,  
Eventi e  
Sponsorizzazioni  
Open Fiber



### **Andrea Troglio**

Education  
Manager  
Yves Saint  
Laurent Beauté



### **Rachele Zuccolin**

Corporate  
Events Manager  
Engineering



## ASSOCIAZIONI

### **Marcello Boromei**

Rappresentante  
UNA Live Hub



### **Luigi Irione**

Rappresentante  
FERPI



### **Giuliana Schenone**

Direttore Studi e  
Ricerche  
UPA



# SPONSOR E PARTNER



Una iniziativa di



Powered by



Gold Sponsor



Supporting Partner



madeinitaly.gov.it



Institutional Partner



Official Carrier Partner



DMC Partner



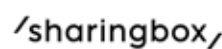
Hospitality Partner



Main Partners



Technical Partners



# ANNUAL DEGLI EVENTI

**beait**  
besteventawards

## GLI EVENTI DEL BEA ITALIA 2023

BEST

EVENT AWARD



## LE AREE DI ISCRIZIONE E I GRAND PRIX

Il **BEA Italia** prevede tre livelli di eccellenza:

1. BEA Italia Grand Prix e Iconic Event Award
2. Macro Categorie
3. Categorie e Categorie Tecniche

Per ciascuna **Macro Categoria**, **Categoria** e **Categoria Tecnica** è prevista, compatibilmente con il numero dei concorrenti e con le decisioni della giuria, l'assegnazione di un podio (1°, 2° e 3° posto). In aggiunta, vengono assegnati i Premi Speciali (risultanti dai punteggi ottenuti dai candidati nei livelli sopra descritti).

La giuria può scegliere, inoltre, di assegnare delle **Menzioni** (*Best Creativity, Best Execution, Best Channel Strategy, Best Effectiveness*), che corrispondono ai criteri di valutazione.

### BEA ITALIA GRAND PRIX

I **BEA Grand Prix** (1°, 2° e 3° posto) vengono assegnati agli eventi che, tra tutti i partecipanti, hanno meglio saputo coniugare tutte le caratteristiche necessarie all'eccellente riuscita della manifestazione, totalizzando il punteggio più alto. I BEA Grand Prix risultano la miglior sintesi ed espressione dei criteri di valutazione della giuria.

### ICONIC EVENT AWARD

L'**Iconic Event Award** è assegnato a discrezione della giuria agli eventi 'icona', cioè a tutti quegli eventi che brillano di una luce e un valore proprio, non paragonabili agli altri, come celebrazioni olimpiche, campionati mondiali, global summit.



## MACRO CATEGORIE

- **B2B**  
Evento rivolto a un target business: trade, clienti, agenti (es: congresso, incentive, fiera).
- **B2C**  
Evento rivolto al consumatore finale (es: lancio di prodotto/servizio, roadshow, ecc.).
- **B2I**  
Evento rivolto a una audience interna alla struttura (es: incentive, team building, eventi di formazione, convention, ecc.).

## CATEGORIE

- **BRAND ACTIVATION**  
Iniziativa di marketing esperienziale finalizzata a creare engagement tra il target e il prodotto.
- **CELEBRAZIONE/RICORRENZA**  
Evento organizzato per celebrare date, anniversari o ricorrenze importanti e significative per il soggetto che lo promuove.
- **CONGRESSI E CONVEGNI**  
Meeting di rappresentanti di un settore professionale, associazioni o altri gruppi, rivolto a un target esterno all'organizzatore e finalizzato a presentare o discutere un argomento specifico di interesse comune.
- **CONVENTION**  
Evento a target interno o esterno, che prevede momenti sia istituzionali (es: tavole rotonde, presentazione di risultati e obiettivi aziendali, ecc.) sia di intrattenimento (es: premiazioni, cerimonie, presenza di guest star, ecc.).
- **EVENTO CULTURALE**  
Evento di carattere culturale che prevede elementi di show, intrattenimento ed engagement del pubblico.

- **EVENTO DELLE PUBBLICHE ISTITUZIONI**

Evento promosso da enti pubblici, amministrazioni o comitati organizzatori.

- **EVENTO EDUCATIONAL/FORMAZIONE**

Evento con obiettivi di carattere educativo/formativo rivolto a tutti i tipi di target.

- **EVENTO INCENTIVE/TEAM BUILDING**

Viaggio incentive e/o team building organizzato con l'obiettivo di accrescere lo spirito di squadra, motivare i partecipanti, rafforzare la fidelizzazione e incoraggiare il raggiungimento degli obiettivi di business. Può essere rivolto a un target interno o esterno.

- **EVENTO MUSICALE**

Evento nel quale la musica è elemento fondamentale, ad esempio concerti, festival musicali, ecc.

- **EVENTO NON-PROFIT/CSR**

Evento non profit che tocca tematiche sociali per il raggiungimento di obiettivi di sensibilizzazione.

- **EVENTO PRESS & PR**

Evento rivolto, anche se non esclusivamente, ai giornalisti (es: press day, press conference, ecc.).

- **EVENTO SPORTIVO**

Evento che si svolge in un qualunque ambito sportivo, con un alto contenuto di spettacolarità, originalità e coinvolgimento del pubblico.

- **EVENTO TRADE-RETAIL**

Eventi in-store, street marketing, promozioni al consumatore, operazioni di shopper marketing, campagne di sampling field, ecc.

- **INSTALLAZIONE CREATIVA**

Evento di attivazione territoriale attraverso installazioni artistiche, 'stunt' a finalità promozionali/commerciali.

- **LANCIO DI PRODOTTO/SERVIZIO**

Evento specificamente ideato e organizzato per il lancio di un nuovo prodotto o di un nuovo servizio.

- **ROADSHOW**

Evento che si svolge in diverse tappe e location in momenti differenti, ma con il medesimo concept e obiettivo, rivolto al target business e/o consumer.

### CATEGORIE SPECIALI

- **EVENTO DIGITALE**

Evento realizzato esclusivamente in modalità digitale.

- **EVENTO SOSTENIBILE**

Evento realizzato riducendo l'impatto ambientale attraverso soluzioni, accorgimenti e certificazioni.

- **EVENTO LOW BUDGET**

Evento prodotto con un budget inferiore a 50.000 euro caratterizzato da un alto livello creativo e capace di raggiungere gli obiettivi di comunicazione con un costo contatto ridotto.

- **FORMAT PROPRIETARIO**

Evento caratterizzato da un format originale e di proprietà dell'organizzatore, ideato e prodotto da un'agenzia o da un'azienda.

- **GESTIONE DELLA COMPLESSITÀ ORGANIZZATIVA**

Evento in cui un complesso piano organizzativo è gestito in modo sapiente ed efficace per il raggiungimento degli obiettivi.

- **EVENTO INTEGRATO**

Progetto di comunicazione integrata in cui l'evento è una componente chiave della strategia di planning. L'agenzia deve, però, aver seguito anche gli altri momenti dell'attivazione, oltre la produzione video e streaming, creando una vera e propria piattaforma di comunicazione live e aggiungendo il social content delivery, la gestione media, ecc.

- **UTILIZZO UNEXPECTED DI UNO SPAZIO**

Evento in cui l'utilizzo unconventional di uno spazio costituisce un elemento determinante per il successo dell'operazione.





**EAST END**  
*Studios*  
EVENTS POINT

Spazi per le vostre idee

Space for your ideas



*Studio*  
**NOVANTA**

*Spazio*  
**ANTOLOGICO**

*Spazio*  
**LITOMETALLI**

*Spazio*  
**LUCE**



East End Studios S.r.l.

Via Mecenate 84/10 - 20138 Milano

T.+39 0258012397 +39 02501603 - F +39 0258019381

[www.eastendstudios.it](http://www.eastendstudios.it) - [Info@eastendstudios.it](mailto:Info@eastendstudios.it)

# Enter the Future



‘Enter the Future’, l’evento di BKT che ha avuto luogo a Bhuj, India, è stata un’esperienza indimenticabile con l’obiettivo di costruire un solido legame tra il pubblico target e il brand. Ai 400 partecipanti, suddivisi nei tre gruppi Partner Distributori, Media e Sponsor, è stata offerta un’esperienza unica che non si limitasse allo svolgimento classico della conferenza aziendale, ma che spingesse alla partecipazione e contributo attivo degli ospiti in ogni fase. Un racconto continuo, che ha integrato gli interventi corporate in un programma di eventi, spettacoli ed happening; tre giorni intensi che hanno sancito l’inizio di una nuova era aziendale, caratterizzata da un percorso comune in cui tutti insieme collaborano per lasciare il segno e per raggiungere gli obiettivi dichiarati.

## SCHEDA

**Organizzatore:** 20ACTION Entertainment  
**Cliente:** BKT Tires  
**Data:** 29 gennaio-16 febbraio 2023  
**Target:** 10 gruppi all’interno di tre macrocategorie (Partner Distributori, Media e Sponsor), per un totale di oltre 400 partecipanti e stakeholder  
**Location:** stabilimento produttivo a Bhuj, India, fiore all’occhiello di BKT  
**Budget:** n.d.



# Convention Commerciale

## Heineken Italia



La Convention Commerciale, tenutasi giovedì 23 marzo 2023 a Brescia, ha ospitato tutto il Commerce Team di Heineken Italia. È stato un evento itinerante, che ha coinvolto due location. Il Teatro Grande di Brescia dove ha avuto luogo la plenaria per presentare la strategia aziendale coinvolgendo anche ospiti d'eccezione. Areadocks, nostro cliente premium dove gli ospiti hanno trascorso tre momenti principali: le presentazioni della strategia dei canali portata in vita nelle stanze dei Brand (Heineken, Birra Moretti, Ichnusa, Messina); l'experience itinerante in cui si è fatto vivere al team il Dna della marca, attraverso momenti iconici. Infine, live music & dj set per celebrare il nostro lavoro di squadra e i 150 anni di Heineken.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Heineken e Areadocks  
**Cliente:** Heineken Italia  
**Data:** 21 marzo 2023  
**Target:** Evento Interno, tutto il Commerce Team Heineken Italia  
**Location:** Brescia: Teatro Grande e Areadocks  
**Budget:** €400.000-€500.000



# 'Vaporetto-Spritz' alla Select Spritz Week



Il vaporetto Select ha rappresentato una vera e propria brand experience, premium ed esclusiva. Una 'money can't buy opportunity': vivere l'esperienza autentica dello Spritz veneziano grazie a Select a bordo di un vaporetto, simbolo iconico della mobilità veneziana, trasformato in un salotto viaggiante, finemente decorato e curato in ogni dettaglio. Il vaporetto Select: terrazza ideale per godersi un aperitivo da una posizione unica e privilegiata.

L'experience ha previsto 2 fasi: la prima dedicata a giornalisti, influencer e key opinion leader, in un unconventional press day; la seconda destinata al business, trade, clienti e agenti Select nazionali e internazionali.

Grazie al brand Select tutti gli ospiti hanno potuto così scoprire e vivere lo spirito autentico di Venezia!

## SCHEMA

**Organizzatore:** Arzanà & Enfants Terribles

**Cliente:** Gruppo Montenegro - Brand Select

**Data:** 24 - 27 maggio 2023

**Target:** 50 Key opinion leaders e giornalisti. 8 Influencer. 80 Ospiti trade. Oltre 100 tra istituzioni locali, special guest (consumatori selezionati) nazionali e internazionali

**Location:** Venezia Canal Grande

**Budget:** n.d.



# Salone del Risparmio

**CLINIQ  
BRAND  
SURGERY**

**ASSOGESTIONI**  
Associazione di Esperti Gestiti

Networking, formazione e sviluppo professionale sono i pilastri sui quali Assogestioni ha costruito il Salone come piattaforma di dialogo B2B. Gli operatori, a cui sono riservati due dei tre giorni di lavori, sono stati, infatti, oltre 19.000 nel 2023. Più di 180 marchi, tra cui 18 delle 20 case di gestione più grandi al mondo, rappresentative di 53.500 miliardi di dollari di investimenti. Asset manager, banche, reti di consulenza, assicurazioni e fornitori di servizi finanziari trovano nel Salone l'appuntamento annuale irrinunciabile di confronto e arricchimento professionale. Lo dimostrano i punteggi del Net Promoter Score calcolato da un'agenzia indipendente: il 95% del campione raccomanda fortemente l'evento e il 68% ritiene fondamentale essere presenti.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Assogestioni Servizi

**Cliente:** Assogestioni

**Data:** 16-18 maggio 2023

**Target:** operatori del settore del risparmio gestito (SGR, consulenti finanziari, autorità), giornalisti, studenti e famiglie (risparmiatori)

**Location:** Milano

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Candidatura per Roma Expo2030

Filmmaster 

ega worldwide 



RomaItalia  
EXPO 2030

Gli eventi promossi dal Comitato Expo2030 Roma per la candidatura di Roma come città ospitante erano rivolti al Bureau International des Expositions, organizzazione intergovernativa incaricata di supervisionare e regolamentare tutte le mostre internazionali che durano più di tre settimane e sono di natura non commerciale ('Expo').

La candidatura di Roma per Expo 2030 è stato un percorso guidato dal tema 'Humanlands', declinato in 'Eternal Evolution' per l'evento al Parco Archeologico del Colosseo e in 'Together for Humanity' per l'Ambasciata Italiana a Parigi.

In entrambi i casi l'obiettivo è stato interpretare i valori della candidatura di Roma, veicolati attraverso scelte artistiche di assoluto pregio e soluzioni creative inedite.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Filmmaster ed Ega Worldwide

**Cliente:** Comitato per Expo 2030 Roma

**Data:** 21 aprile - 30 ottobre 2023

**Target:** BIE - Bureau International des Expositions

**Location:** Roma Colosseo; Ambasciata Italiana a Parigi

**Budget:** €4.000.000 - €5.000.000





# Lamborghini Revuelto From Now On

L'evento rappresenta una milestone nella storia di Lamborghini. Il lancio della nuova Revuelto ha l'obiettivo di sancire l'inizio di un'epoca con la prima HPEV del colosso automotive, una supersportiva ibrida V12 ad alte prestazioni.

7 eventi nell'evento in cui i concetti di innovazione e sostenibilità si incontrano grazie all'utilizzo di tecnologie d'avanguardia, che hanno reso l'evento immersivo e ingaggiante.

'From Now On' è stato il concept che ha guidato l'execution di un progetto che ha tra i suoi obiettivi quello di coinvolgere i maggiori stakeholder, top client, personaggi del mondo dello sport e dello spettacolo, ma anche di essere motivo di orgoglio per tutti coloro che lavorano in Lamborghini.

Parole chiave sono state celebrazione, esclusività, innovazione e orgoglio.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Gruppo Gattinoni

**Cliente:** Lamborghini

**Data:** 29-30 marzo 2023

**Target:** 850 partecipanti tra top client, dealer, personalità del mondo dello sport e dello spettacolo e giornalisti; il target, inoltre, era su invito diretto da parte di Lamborghini

**Location:** Headquarter Lamborghini presso Sant'Agata Bolognese

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# New Toyota CH-R The Choice



Il 3 ottobre '23, presso il Palazzo dei Congressi di Roma, si è svolto l'evento di lancio del Nuovo Toyota C-HR e Toyota Land Cruiser. Due reveal diversi in un susseguirsi di sorprese e scoperte. Partendo dal 'Let's Go Beyond' – la Promise Brand che Toyota ha utilizzato a livello internazionale –, Gruppo Peroni Eventi ha realizzato un evento che ha saputo coinvolgere e stupire i partecipanti. New C-HR 'The Choice' è stato il messaggio portante, accompagnato da una vera call to action – 'Let's Discover Our Next Level' – vissuta realmente in location. 600 Ospiti tra dealer e interni di Toyota Italia hanno potuto vivere una presentazione con un reveal progettato con un effetto sorpresa, giocando sul concetto di 'nulla è come appare'.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Gruppo Peroni Eventi

**Cliente:** Toyota Italia

**Data:** 3 ottobre 2023

**Target:** Dealer e Dipendenti

**Location:** Palazzo dei Congressi - Roma

**Budget:** €500.000 - €800.000





# Convention CNV Folletto '23



La Convention CNV è per Folletto l'evento più rilevante dell'anno in termini di motivazione e incentivazione della Forza Vendita. Due giorni di evento che coinvolgono 700 ospiti tra management e premiati.

Un "moving event" che, partendo dal concetto di multiverso, ha messo in scena le sfide e la capacità di adattamento del brand che, proprio grazie alle sue abilità, ha avuto accesso alla Winner Dimension.

Ad accompagnare la rappresentazione dei vari universi, le frasi del Manifesto Folletto che, insieme alle performance, sono diventate parte del flusso creativo che ha visto come protagonisti Giorgia Surina, Cinzia Pennesi, Max Angioni, Extraliscio, Gaga Symphony Orchestra, Dj Efee, coreografie di Laccio e con la straordinaria partecipazione di Drusilla Foer e gli Articolo 31.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Gruppo Peroni Eventi

**Cliente:** Vorwerk Italia

**Data:** 31 marzo - 1 aprile

**Target:** agenti di vendita

**Location:** Bologna Congressi

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Lancio iliadbusiness

La keynote di lancio della nuova offerta mobile per aziende e P.IVA ha coinvolto un pubblico misto, composto da giornalisti, inviti PR, influencer, business e trade partner, dipendenti iliad. Protagonista dell'evento una vera e propria black box dominata da un maxi schermo LED all'interno della quale si è svolto il reveal e dove gli ospiti sono potuti accedere solo pochi secondi prima del via, in modo da generare suspense e rendere il lancio memorabile e con un twist unico rispetto ai classici schemi di questa tipologia di eventi. Un video animato con la rappresentazione distopica di un dialogo tra umano e chatbot ha introdotto la presentazione, trasportando l'audience direttamente al cuore delle difficoltà riscontrate dagli utenti che il nuovo servizio intende risolvere.

## SCHEMA

**Organizzatore:** iliad Italia

**Cliente:** iliad

**Data:** 4 maggio 2023

**Target:** press, PR, influencer, partner commerciali, dipendenti

**Location:** Superstudio Più / Central Point

**Budget:** €500.000 - €800.000



# IAA Mobility Munich



IAA Mobility Munich 2023 ha presentato un format centrato sull'innovazione e sui cambiamenti nella mobilità sostenibile. Credit Agricole con i suoi brand, CA Auto Bank e Drivalia, ha voluto comunicare le novità che definiranno gli standard globali per proseguire verso un futuro a 'impatto zero'. Per rappresentare l'importanza del messaggio, abbiamo costruito un 'teatro' totalmente immersivo, raccontando attraverso contenuti digitali 3D l'impegno dei nostri clienti nella mobilità per un futuro sostenibile. 400 mq su due livelli, 260mq di schermi Led di cui 160mq carrabile, 2.000 ore circa di progettazione 3D e realizzazione di contenuti virtuali con una risoluzione di 8K. Questi i numeri che hanno permesso di creare uno show visivo e sensoriale unico. Lo spettatore è stato trasportato all'interno di diversi scenari 3D, costruiti utilizzando gli elementi di comunicazione dei brand, e descrivendo le attività e le innovazioni offerte dai nostri clienti per costruire un mondo migliore.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Minimarket Studio  
**Cliente:** CA Auto Bank e Drivalia  
**Data:** 4-10 settembre 2023  
**Target:** Business  
**Location:** Salone Auto IAA Mobility Munich  
**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Emil People



Emil Group ha aperto le porte di showroom e stabilimento, in occasione del Cersaie, per celebrare il popolo di Emil: lo staff dell'azienda, i top client e tutti gli stakeholder hanno potuto visitare gli showroom e visionare i nuovi prodotti.

Le persone (quasi 2.000), filo conduttore dello storytelling, hanno potuto vivere una dimensione di conoscenza e networking, diventando protagonisti di uno spazio vivo e dinamico che ha trasformato la partecipazione in una preziosa occasione di incontro.

Un grande cubo Led ha proiettato, per tutta la durata dell'evento, i volti di chi ogni giorno rende grande il Gruppo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Newton

**Cliente:** Emil Group - Emilceramica

**Data:** 25-29 settembre 2023

**Target:** Top Client nazionali ed internazionali

**Location:** stabilimento e showroom a Fiorano Modenese

**Budget:** €500.000 - €800.000



PADEL TREND

# Padel Trend Expo 2023



Padel Trend Expo, il primo grande evento internazionale dedicato interamente alla community e industry B2C e B2B del padel. Allianz MiCo Milano 13-15 gennaio '23.

Un 'Concept Expo' innovativo che ha fatto vivere agli oltre 18.000 visitatori una 3 giorni immersiva. Un programma ricchissimo di contenuti coinvolgenti e formativi (intrattenimento, shopping, esibizioni, clinic, iniziative sociali e workshop).

Il padiglione di 18.000mq è diventato un marketplace e un enorme Padel Club con 6 campi da Padel e 2 da Pickelball. Coach e top player si sono alternati con esibizioni e clinic formative. Personaggi del mondo dello spettacolo, ex calciatori ed ex atleti, si sono sfidati intrattenendo il pubblico.

È stato inoltre un momento di formazione per scuole, giovani talenti, persone con disabilità.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Padel Trend - NEXT GROUP

**Cliente:** Padel Trend - NEXT GROUP

**Data:** 13-15 gennaio 2023

**Target:** B2C: appassionati, giocatori, professionisti; B2B: aziende, istituzioni, circoli sportivi, federazioni, media

**Location:** Allianz MiCo Milano Convention Center

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Light Up Life



NOLOOP



Il gruppo di partecipanti si è riunito per confrontarsi su opportunità, strumenti, azioni che riguardano la quotidianità operativa di tutti, per passare in rassegna i risultati ottenuti durante l'anno e prefissare obiettivi comuni per il 2023.

Lo spazio dell'incontro: un grande paesaggio vivo in cui immergersi. Un maxi limbo che testimonia come siamo parte attiva di uno scenario in continuo cambiamento e parte integrante del landscape in cui viviamo. Un evento suddiviso a capitoli 'disegnati' ad hoc a seconda dell'argomento trattato.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Noloop

**Cliente:** A2A

**Data:** 21-23 Novembre 2022

**Target:** Business Group

**Location:** Brixiaforum, Brescia

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Cattolica Porta Futura

SuperHumans

GENERALI CATTOLICA ASSICURAZIONI

La Convention Agenti doveva essere un momento fondativo dal significato profondo per generare un sentimento di appartenenza che facesse sentire gli Agenti orgogliosi di fare parte della più importante realtà assicurativa italiana.

La Porta è stato il filo conduttore dell'impianto narrativo e dell'evento, dall'ingresso con portali interattivi fino all'imponente scenografia. Sul palco ha preso vita una storia fatta di persone che hanno varcato questa porta individuando un orizzonte comune.

I talk pomeridiani sono stati aperti da numeri e dati analizzati dalla sondagista Alessandra Ghisleri. Porta Futura non sarebbe stata la stessa senza le persone delle agenzie: a 3 settimane dalla Convention abbiamo chiesto di aprirci le loro porte inviandoci un video per conoscerci meglio.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Superhumans

**Cliente:** Cattolica Assicurazioni

**Data:** 2-3 ottobre 2023

**Target:** agenti

**Location:** Palazzo delle Scintille, Milano

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Grand Finale 2023

## S.Pellegrino Young Chef Academy



Per la quarta edizione consecutiva, Next Group si riconferma partner di Sanpellegrino nell'organizzazione del Grand Finale: una due-giorni intensa tra East End Studios e l'Hangar Bicocca.

Oltre agli aspetti di ideazione creativa e realizzazione, Next Group ha curato l'intera logistica dell'evento.

Gli East End Studios hanno accolto la competizione e negli spazi sono state allestite 8 cucine professionali, in cui si sono svolte le due sessioni di gara. 15 chef in gara, 15 mentor, una giuria di 5 chef di eccezionale fama internazionale.

All'Hangar, Award Ceremony e Cena di Gala tra 'I Sette Palazzi Celesti' di Kiefer.

### SCHEMA

**Organizzatore:** The Next Event + The Next World | NEXT GROUP

**Cliente:** Sanpellegrino

**Data:** 2-5 ottobre 2023

**Target:** media, influencer, management internazionale, rivenditori e distributori

**Location:** East End Studios, Via Mecenate 86A, Milano - Pirelli Hangar Bicocca, Via Chiese 2, Milano

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000





# CNH Dealer Convention

## Europe 2023



A dieci anni dal precedente incontro con i Dealer, CNHi con i suoi brand New Holland e Case IH, ha voluto riunire la forza vendita per presentare i nuovi prodotti e servizi unitamente alle nuove strategie di approccio al mercato. Con l'occasione si è voluta presentare la gamma completa dei brand e creare occasioni di analisi approfondite dei singoli mercati.

La gamma dei veicoli si è dispiegata intorno agli ospiti, li ha abbracciati e si è mostrata in tutta la sua possenza. Il concept ha reso i veicoli elementi costitutivi della scenografia creando così un continuum con le ali dei prodotti esposti.

Ciascuno dei nuovi modelli e dei servizi ha avuto un reveal dedicato per sottolineare, anche quantitativamente, l'impegno dei brand nel lanciare sul mercato un'offerta sempre adeguata.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Triumph Group International

**Cliente:** CNHi

**Data:** 6-9 marzo 2023

**Target:** dealer europei, management internazionale, best client

**Location:** Madrid - IFEMA

**Budget:** n.d.



# The Laundry Screen



Il SSC Napoli si avvicina ai quarti di finale della UEFA Champions League dopo quasi un secolo di attesa, un traguardo mai raggiunto neanche da Maradona.

I Quartieri Spagnoli, con le loro corde stese iconiche, ispirano il mondo. Abbiamo scelto un approccio speciale: trasmettere la partita trasmessa da Prime Video sulle corde stese nei Quartieri Spagnoli, creando un'esperienza calcistica coinvolgente che ha unito migliaia di tifosi napoletani in una visione unica.

Un evento B2C dove abbiamo trasformato gli iconici panni stesi in uno schermo sul quale proiettare la partita, permettendo a tutti i tifosi di godersi 90 minuti di calcio, passione e gioia. E, soprattutto, assistere a un momento leggendario per il loro club.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** Amazon Prime Video

**Data:** 15 marzo 2023

**Target:** i tifosi di calcio italiani

**Location:** Napoli, vicoli dei Quartieri Spagnoli

**Budget:** €100.000 - €200.000



# glo™ for art

2night.  
glo

‘glo™ for art’ è una piattaforma di comunicazione che utilizza l’arte in modo innovativo per ingaggiare i consumatori e stimolare in modo unico awareness e positioning: glo™ come moderno mecenate seleziona artisti con cui condivide la propria filosofia e i propri valori e li lascia liberi di esprimersi attraverso opere d’arte inedite e simboliche.

Le opere vengono esposte in location prestigiose ed iconiche e sono il driver di una consumer activation pervasiva e ingaggiante che beneficia dell’hype e del buzz generato per massimizzare il contatto con i consumatori con attività studiate e declinate per ogni singola tappa (consumer events, digital engagements, trial di prodotto, attivazioni nel canale horeca, guerrilla) generando contatti, reach e buzz.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** BAT

**Data:** 17 aprile - 1 ottobre 2023

**Target:** fumatori di 25-40 anni che vivono in città

**Location:** Milano (Darsena), Milano (Triennale), Milano (Fuorisalone), Roma (Maxxi), Roma (Galleria Nazionale d’Arte Moderna e Contemporanea)

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Ceres 60

2night.

CERES 

Ceres celebra le 'Leggende di Strada', cioè tutte quelle persone che appartengono alla strada, perché la strada le rese quello che sono, forgiandole con ricordi di serate che non sono adatti ai social. E lo fa con un compleanno solo per chi C'è, nell'unica location che può rendere questo evento davvero unico, Ceres (TO), un piccolo paese delle Valli di Lanzo che si trasforma per una unica leggendaria notte in Ceres (C'è) per fare incontrare le Leggende di Strada di Ceres con le leggende di paese ceresine.

## SCHEDA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** Ceres

**Data:** 22 luglio 2023

**Target:** 20-35 y.o.

**Location:** Ceres (TO)

**Budget:** €200.000 - €300.000



# GROHE SPA

## Health Through Water



# LIXIL

GROHE SPA - Health Through Water è uno spettacolare specchio d'acqua di 650 mq che ha trasformato il cortile della Pinacoteca di Brera attraverso un gioco di riflessi, rendendo omaggio alla splendida architettura del palazzo.

Un progetto realizzato in collaborazione con il Global Design Team di LIXIL e completamente integrato nello spazio, in grado di operare una sintesi tra le dimensioni importanti dell'installazione e la delicatezza di un luogo dalla forte componente storico-artistica.

Un'installazione site specific imponente, ma capace di esaltare il fascino e la bellezza del luogo.

Agli angoli dell'installazione si ergono 4 cubi immersivi, rivestiti di specchi, che contribuiscono a moltiplicare il gioco di rifrazione dell'acqua e racchiudono le novità di prodotto GROHE SPA.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Adverteam | NEXT GROUP

**Cliente:** GROHE SPA - LIXIL

**Data:** 17-23 aprile 2023

**Target:** Consumer, Clienti, Prospect, Professional (Architetti, Designer), Media e Opinion Leader

**Location:** Pinacoteca di Brera, Milano

**Budget:** n.d.



# Light is Life.

## Festa delle Luci A2A

‘Light is Life. Festa delle Luci A2A’ è stato un evento pensato per un largo pubblico e per coinvolgere spettatori di tutte le età fin dall’accensione della prima luce.

La manifestazione ha coinvolto un totale di 670mila spettatori, dalle famiglie con i bambini, ai giovani appassionati d’arte, ai cittadini che sono rimasti incantati dalla trasformazione subita dal proprio territorio durante il festival che gli ha permesso di conoscere luoghi, storia, tesori artistici e aneddoti della propria città.

I turisti hanno potuto scoprire in un modo inusuale due località ricche d’arte e di cultura che sono state raccontate al grande pubblico attraverso oltre 680 servizi tv e stampa.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Casta Diva Ideas

**Cliente:** a2a

**Data:** 10-26 febbraio 2023

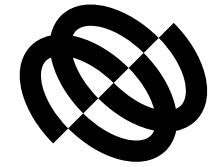
**Target:** 18-65+ anni, appassionati di arte e di cultura, residenti in Lombardia e stranieri alla ricerca di nuovi linguaggi artistici

**Location:** Bergamo e Brescia

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Birra Messina Bar Meravigghia



fsbgroup



‘Bar Meravigghia’ di Birra Messina: a Milano nel corso della Design Week, ha avuto luogo un evento unico nel suo genere pensato per far riscoprire ai consumatori il significato di ‘meraviglia’. Nella splendida cornice dei Chiostri di Sant’Eustorgio, l’evento ha offerto un’atmosfera magica con installazioni suggestive, luminarie, esperienze coinvolgenti come la decorazione di ceramiche, interviste, degustazioni di birra e street food Siciliano, il tutto accompagnato da musica contemporanea e tradizionale.

Una cornice perfetta per lo shooting e il lancio della campagna digital ‘Mosaici di Meravigghia’ e per creare un momento di reveal dei nuovi bicchieri in edizione limitata creati in collaborazione con artisti siciliani, invitando talent e artisti come ospiti d’eccezione delle due serate.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Fasten Seat Belt

**Cliente:** Birra Messina

**Data:** 21-22 aprile 2023

**Target:** Gen-Y, Millennials

**Location:** Chiostri di Sant’Eustorgio (Milano)

**Budget:** €200.000 - €300.000



# 2023 Turkish Airlines EuroLeague



Evento rivolto al pubblico televisivo, supporter squadre finaliste, media accreditati, giocatori, allenatori e dirigenti delle squadre stesse. Il tema creativo dello show, 'Echoes of Glory', trasmette l'idea di un'onda energetica che, generata dalla consolle del DJ, attraversa il campo e risuona sugli spalti, diffondendo energia anche tra i fan sintonizzati da tutto il mondo.

Le straordinarie performance live, il loro perfetto connubio con l'innovazione tecnologica e la Realtà Aumentata, la passione profonda che il gioco del basket riesce ad esprimere tra i suoi appassionati, e il sapiente know-how di Filmmaster sono ingredienti essenziali per coinvolgere il pubblico.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Filmmaster

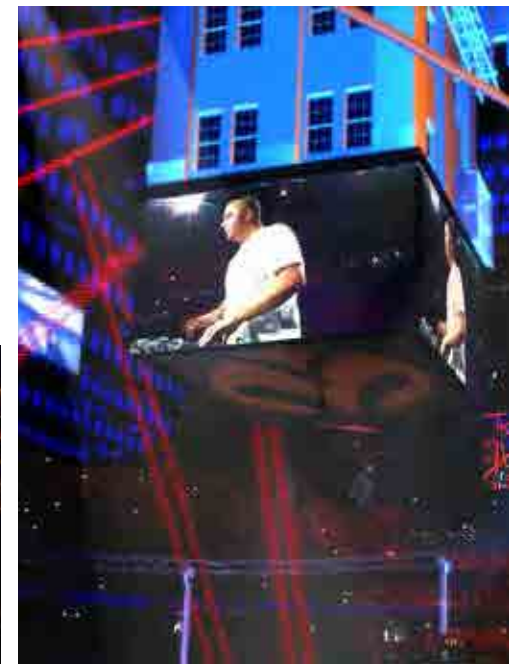
**Cliente:** Euroleague Basketball

**Data:** 13-21 maggio 2023

**Target:** pubblico televisivo, supporter squadre finaliste, media accreditati, giocatori, allenatori e dirigenti delle squadre stesse

**Location:** Zalgirio Arena di Kaunas, Lituania, dal 19 al 21 maggio 2023

**Budget:** €300.000 - €400.000





# Scuderia Ferrari Lancio SF23



Per il lancio della SF23, Free Event ha portato le emozioni della Formula 1 nel circuito di Fiorano, palco di un grande show live, con contenuti video di alto livello realizzati con una produzione cinematografica e distribuiti crossplatform fin dal mese precedente. L'evento ha ricreato un vero e proprio Gran Premio, con Fanzone, pre-show con artisti, coreografie di massa, meet&greet con i piloti, l'inno nazionale, presentatori d'eccezione e il lancio della nuova APP. In presenza, oltre 500 tifosi, 200 membri press e 300 VIP.

Nessuno di loro però aveva previsto ciò che sarebbe accaduto di lì a poco: per la prima volta nella F1, la SF23 ha debuttato in pista davanti a fan e ospiti increduli, dando vita a una presentazione spettacolare che ha registrato un consenso globale.

Per Scuderia Ferrari, Free Event è stata general contractor dell'intero progetto.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Free Event

**Cliente:** Scuderia Ferrari

**Data:** 14 febbraio 2023

**Target:** tifosi, partner, VIP e Tv/Media

**Location:** Circuito di Fiorano

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Ferrari Finali Mondiali 2022



‘Finali Mondiali 2022’ ha scritto una nuova pagina della storia, coinvolgendo quasi 40.000 ospiti in presenza e 286.000 spettatori online, trasformando l’Autodromo di Imola nel vero tempio del racing Ferrari in cui ogni vettura e pilota ha rappresentato un capitolo unico ed elettrizzante. 10.000 metri quadri di dettagli curati, animazioni all’avanguardia e un’imponente struttura logistica hanno narrato l’evoluzione del marchio, culminata in un esclusivo Gala Dinner per 1.000 ospiti Vip, la World Premiere della LHM e il reveal dinamico della 296 GT3. La Casa di Maranello riconferma con questa manifestazione di creare non solo auto straordinarie, ma anche eventi memorabili, sia in presenza che in streaming. Un’esperienza destinata a rimanere impressa nella memoria di tutti gli appassionati.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Live.Com

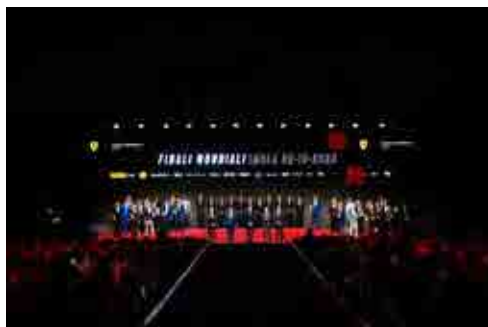
**Cliente:** Ferrari

**Data:** 25-31 ottobre 2022

**Target:** clienti e appassionati

**Location:** Autodromo Enzo e Dino Ferrari, Imola

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Ferrari New Special Series

## Anteprima

Live



Un'immersione totale nel mondo della performance estrema, per circa 1.000 ospiti selezionati tra i Top Client Ferrari, abituati a spingersi oltre ogni limite, e proprio per questo da stupire con un'esperienza unica, dove tecnologia all'avanguardia e passione per il racing hanno dato vita a uno spettacolare e immersivo evento di lancio, intriso di adrenalina e velocità. L'evento ha messo al centro l'esperienza del cliente, coinvolgendolo in un viaggio attraverso l'essenza della performance. Ogni dettaglio è stato curato per offrire un'esperienza emozionante e memorabile ed esaltare l'apice di una lunga tradizione di innovazione e prestazioni.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Live.Com

**Cliente:** Ferrari

**Data:** 19-28 giugno 2023

**Target:** clienti

**Location:** ASGT Building, Pista di Fiorano

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Corona Sunsets



Abbiamo portato il pubblico a vivere un emozionante viaggio alla scoperta dell'iconica birra 100% naturale attraverso 3 progetti integrati.

Le 'Corona Sunsets Hours', 100 serate per 50 locali in 5 regioni, con Dj Set e meccaniche di engagement.

Le 'Sunsets Sessions', a Milano CityLife e al Rama Beach Café di Napoli, due eventi che hanno coinvolto circa 2.000 persone con live session e attività di intrattenimento.

Il 'Corona Sunsets Festival', unica tappa italiana del world tour 2023, il 22 luglio al Teatro del Silenzio di Lajatico con 8.000 persone paganti immerse nella natura per 10 ore di musica live con Lost Frequencies, Subsonica, Planet Funk e altri artisti, con performance e workshop creativi e formativi.

## SCHEMA

**Organizzatore:** LiveZone

**Cliente:** AB InBev

**Data:** 27 maggio - 22 luglio 2023

**Target:** pubblico generico, età media 30 anni

**Location:** Festival: Lajatico (PI); Sessions: Milano, Napoli; Hours: Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia

**Budget:** n.d.



# Limonaia Urbana

LIVING  
BRANDSPESTO  
Barilla

‘Limonaia Urbana’ è un orizzonte inatteso e sorprendente sull’estate italiana: il contrasto tra una tipica limonaia a picco sul blu e l’ambiente urbano. Trasporta immediatamente le persone, lungo la risalita di un ascensore, in un’ideale, tipica, sognante, iconografica, atmosfera estiva... “come essere in Costiera Amalfitana pur rimanendo in città”.

Un’attivazione esteticamente dirompente, per non convenzionalità e disruption, con un allestimento immersivo che trasforma il tetto di un palazzo con vista sulle iconiche guglie del Duomo in una limonaia mediterranea, ispirata al gusto di Pesto Barilla Basilico e Limone.

Un’esperienza olistica tra sapori, colori, profumi, suoni, masterclass a tema food e di artigianato.

Un format proprietario che arriverà in numerose capitali d’Europa e del mondo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Living Brands

**Cliente:** Barilla G. e R. F.Ili S.p.A.

**Data:** 24-27 maggio 2023

**Target:** 1) per il PR Event, giornalisti, stakeholder, influencer, pubblico interno, su scala europea; 2) Consumer Event: core target, cittadini milanesi (età 25-54); main target, Pesto users.

**Location:** Milano, Piazza Duomo

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Sorpresa Perfetta

LIVING  
BRANDS  
Cameo  
Ristorante

A Qualto, piccolo borgo nel cuore dell'Appennino bolognese, l'ultimo ristorante ha chiuso i battenti nel Marzo 2020 e, quando arriva la sera, i circa ottanta abitanti si chiudono in casa perché non c'è più alcun luogo di ritrovo. A loro, cameo con Pizza Ristorante dedica una 'Sorpresa Perfetta'.

Rispondendo a un appello sui social dell'Assessore Roberto Serra, cameo Pizza Ristorante arriva a Qualto per recuperare i locali abbandonati e aprire una vera e propria pizzeria, la cui sala a cielo aperto è la piazza del borgo stesso. Riportando, per una sera, tra la gente la gioia e tutto il gusto dello stare insieme.

Durante l'evento il brand e l'Assessore annunciano inoltre alla comunità una sorpresa nella sorpresa: la donazione di un chiosco-pizzeria permanente che sarà installato in Novembre.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Living Brands

**Cliente:** cameo

**Data:** 20 settembre - 20 novembre 2023

**Target:** adulti e famiglie, amanti della pizza.

**Location:** Qualto, piccolo borgo nel cuore dell'Appennino bolognese

**Budget:** fino a €50,000



# L'Italia che vorrei

L'Italia che vorrei è un progetto a 360°, un concorso che ha permesso a soli 1.000 fan in presenza e al pubblico in streaming di vincere le live session esclusive di Marracash, Levante ed Elodie in tre tappe uniche a Torino, Bologna e Roma.

Nel corso delle live session, Lavazza Qualità Rossa ha dato vita a un dialogo diretto tra fan, artisti e brand con tanti momenti di pre-show, come DJ set, beauty bar con make-up e tattoos legati ai messaggi della campagna, drink list con coffeetail dedicati agli artisti, e la possibilità, per pochi fortunati, di chiacchierare con l'artista nel meet&greet che ha anticipato i concerti.

Un'esperienza memorabile per tutti i fan presenti che hanno potuto ascoltare i tre talent a pochi passi da loro in un ambiente esclusivo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Luigi Lavazza

**Cliente:** Luigi Lavazza

**Data:** 4-9 luglio 2023

**Target:** un pubblico di giovani coffee lover che si fa portavoce dei sogni e delle ambizioni dell'Italia di domani

**Location:** Torino (La Centrale, Nuvola Lavazza), Bologna (Palazzo Re Enzo), Roma (La Lanterna di Fuksas)

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Balloon Museum



Balloon Museum è un format creato da un team curatoriale che progetta e allestisce mostre d'arte contemporanea con opere che hanno l'aria come elemento distintivo.

Un viaggio tra installazioni fuori scala dalle forme inaspettate in cui l'interazione con lo spettatore è posta al centro dell'esperienza. Arte da toccare quindi, da vivere e condividere, mai statica, che crea una relazione innovativa con il fruitore, dando vita a un percorso esperienziale di socializzazione.

Questo approccio non convenzionale alla cultura affascina e incuriosisce adulti e bambini, appassionati e curiosi, e sta contribuendo ad affermare l'Inflatable Art come uno dei più acclamati movimenti Pop al mondo.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Lux Eventi

**Cliente:** Lux Eventi

**Data:** Milano: 23 Dicembre 2022- 12 Febbraio 2023; Madrid: 18 Marzo - 23 Luglio 2023; Napoli e New York ancora in corso

**Target:** 00-99

**Location:** Milano (Superstudio), Madrid (Casa de Campo)

**Budget:** oltre €5.000.000





# Christmas World



Christmas World è il format che celebra le suggestive atmosfere natalizie, immergendo gli spettatori in un viaggio attraverso gli scorci iconici di diverse città del mondo, riprodotti con grande maestria da scenografi e artisti italiani.

La manifestazione è un viaggio che crea una connessione profonda con il pubblico e che ancor di più si propone come un'opportunità per esplorare emozioni autentiche e spostare i limiti dell'immaginazione lì dove vive la fantasia.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Lux Eventi

**Cliente:** Lux Eventi

**Data:** 3 dicembre 2022 - 9 gennaio 2023

**Target:** 00-99

**Location:** Parco di Villa Borghese a Roma,

**Budget:** €3.000.000 - €4.000.000



# *This is Wonderland*



THIS IS  
WONDERLAND

Ogni giorno, a Roma, il Giardino delle Cascate al Laghetto dell'Eur si è trasformato come per magia in una favola dal vivo, per raccontare uno dei più bei classici della letteratura, 'Alice nel Paese delle Meraviglie' scritto da Lewis Carrol nel 1865.

Una rilettura del tutto nuova, quella di This is Wonderland, in cui ogni spettatore diventa il protagonista della propria avventura e l'autore di una storia alternativa, dove solo chi sa perdersi può varcare la soglia dell'immaginazione.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Lux Eventi

**Cliente:** Lux Holding

**Data:** 6 Luglio - 5 Novembre 2023

**Target:** 00-99

**Location:** Roma, il Giardino delle Cascate al Laghetto dell'Eur

**Budget:** €3.000.000 - €4.000.000



# Voiello Miez'a Via Milano



Balconi che si fanno palcoscenico per una sera, luci calde come luminarie, sapori, ritmi e atmosfere vulcanici: con l'activation 'Miez'a Via', Voiello ha conquistato Milano e i Navigli mettendo in luce una Napoli autentica, lontana dagli stereotipi. La Napoli del genio di sorprendere e del talento creativo di cui il brand si fa sostenitore. La città cantata da Dada' e Livio Cori in un inatteso vertical show. Quella tratteggiata nelle illustrazioni del collettivo di artisti The Napolitaner. Quella da sognare e indossare dei Viennmsuonno1926, giovani fashion designer che firmano, in collaborazione con Voiello, una capsule collection presentata in anteprima a Milano. E naturalmente la Napoli dei sapori più intensi, quelli della Gran Penna Ruvida, al suo debutto ufficiale.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Creative concept, sviluppo comunicazione e design: Marimo; Design brand experience, videomapping e produzione eventi: Living Brands; Media & Entertainment Marketing: OMD/Fuse; PR e Ufficio Stampa: Omnicom PR Group

**Cliente:** Barilla - Voiello

**Data:** 21 giugno 2023

**Target:** trasversale, 18-60

**Location:** Milano

**Budget:** n.d.



# Amazon Black Friday Gallery

Amazon Black Friday Gallery è l'evento B2C creato da Mosaico Studio per celebrare il Black Friday 2022.

Sette diversi ambienti tematici hanno accolto visitatori di ogni età nel cuore di Milano per raccontare l'offerta di Amazon.it. Un percorso esperienziale che, in un crescendo di stimoli sensoriali, ha accompagnato circa 5mila persone a scoprire e vivere l'attenzione del brand verso l'unicità e creatività italiana. Gli spazi sono stati teatro di attività che hanno coinvolto visitatori, influencer e media, con una guida d'eccezione: la voce di Alexa.

Tesoro e simbolo dell'allestimento la Stanza d'Artista, dove l'opera 'Reliquia' di Jago è stata esposta in maniera originale trasformandosi in meridiana, metafora di una storia di saperi manuali che si tramandano nel tempo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Mosaico Studio Engineering

**Cliente:** Amazon Italia Services

**Data:** 22-25 novembre 2022

**Target:** target generalista con focus su Millennial e Gen Z

**Location:** Rimessa dei Fiori, via San Carpofo, Brera, Milano

**Budget:** n.d.



# Padel Trend Expo 2023

**PADEL TREND**



Padel Trend Expo, il primo grande evento internazionale dedicato interamente alla community e industry B2C e B2B del padel. Allianz MiCo Milano 13-15 gennaio '23.

Un 'Concept Expo' innovativo che ha fatto vivere agli oltre 18.000 visitatori una 3 giorni immersiva. Un programma ricchissimo di contenuti coinvolgenti e formativi (intrattenimento, shopping, esibizioni, clinic, iniziative sociali e workshop).

Il padiglione di 18.000mq è diventato un marketplace e un enorme Padel Club con 6 campi da Padel e 2 da Pickelball. Coach e top player si sono alternati con esibizioni e clinic formative. Personaggi del mondo dello spettacolo, ex calciatori ed ex atleti, si sono sfidati intrattenendo il pubblico.

È stato inoltre un momento di formazione per scuole, giovani talenti, persone con disabilità.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Padel Trend - NEXT GROUP

**Cliente:** Padel Trend - NEXT GROUP

**Data:** 13-15 gennaio 2023

**Target:** B2C: appassionati, giocatori, professionisti; B2B: aziende, istituzioni, circoli sportivi, federazioni, media

**Location:** Allianz MiCo Milano Convention Center

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Campari - Hotel des Bains

## Festival del Cinema di Venezia 2023



NOLOOP

**CAMPARI**
 *Davide Campari*  
MILANO

Durante le serate evento, gli ospiti si sono immersi nell'atmosfera del brand, vivendo un viaggio sensoriale: l'Hotel des Bains è stato allestito in pieno stile rosso Campari, consentendo una totale immersione nel suo mondo.

Passione e creatività hanno coinvolto gli ospiti con un'evocativa selezione di cocktail creati appositamente per l'occasione. Tantissime opportunità di creare contenuti sparse per l'intera location che hanno reso l'experience dei partecipanti veramente indimenticabile.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Noloop  
**Cliente:** Campari Group  
**Data:** 1-2 settembre 2023  
**Target:** stampa, influencer, ospiti Campari  
**Location:** Hotel des Bains, Venezia  
**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Milano House of Campari

ARTECHFX

GIOFORMA  
Designers Artists Architects

CAMPARI

Davide Campari  
MILANO

Durante le serate del 4 e del 5 maggio 2023, si è celebrato il lancio del nuovo design della bottiglia Campari attraverso uno spettacolo senza precedenti.

In piazza Sempione, a Milano (città natale del brand), il pubblico ha potuto assistere ad un show di luci creato attraverso l'utilizzo di mille droni che hanno coreografato nel cielo dando vita a forme geometriche iconiche legate alla città e al marchio.

La serata del 4 maggio è stata interamente dedicata a stampa e ospiti del brand, che hanno potuto vivere un'experience magica direttamente dalla location privata di "Terrazza Triennale", mentre a quella del 5, ha potuto partecipare un maggior numero di pubblico comune, anch'esso sorpreso ed estasiato dalla magia che il cielo gli ha regalato.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Noloop

**Cliente:** - Artech FX

**Cliente:** Campari Group

**Data:** 4-5 maggio 2023

**Target:** Omnicomprensivo - Influencer e Giornalisti

**Location:** Piazza Sempione, Milano

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Rom-E

## Ecosostenibilità e Futuro

‘Rom-E Ecosostenibilità e Futuro’, è un festival diffuso di 3 giorni nel cuore di Roma dedicato alla sostenibilità. Ha una doppia anima: teorica, con un articolato convegno di apertura alla Casa del Cinema, e pratica, con 4 aree espositive nel cuore di Roma.

Stand fatti di superficie specchiata per riflettere il contesto urbano in cui sono inseriti in modo da ‘scompare’ e non impattare sulla città che li ospita. All’interno aziende e organizzazioni incontrano il pubblico presentando i loro prodotti e servizi pensati per favorire la sostenibilità ambientale.

Un’intensa proposta di attività di intrattenimento ecosostenibili e a basso impatto energetico per coinvolgere il pubblico e diffondere la cultura del sostenibile, riflettendo insieme sulla sua importanza in modo semplice, con un sorriso.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Sport Network

**Cliente:** Sport Network

**Data:** 6-8 ottobre 2023

**Target:** adulti 25-64 anni, ma con tematiche sviluppate anche per i più piccoli, per radicare sin dalla giovane età la cultura dell’elettrico e del sostenibile

**Location:** Roma: Viale delle Magnolie a Villa Borghese, Piazza Mignanelli (Piazza di Spagna), Largo dei Lombardi a Via del Corso, Ponte Milvio

**Budget:** €200.000 - €300.000





# iliadLAND

**TBWA**  
**iliad**

Per celebrare il suo quinto anniversario, iliad ha deciso di festeggiare in grande. Abbiamo quindi creato iliadLAND, un grande evento a base di intrattenimento e musica, aperto a tutti e a ingresso gratuito.

Un'esperienza innovativa e proprietaria che ha mixato il format del parco divertimenti con attrazioni personalizzate, street food e performer all'ispirazione dei grandi festival musicali con dj set di fama nazionale e internazionale.

Un successo che ha portato 27.800 persone a divertirsi e vivere i valori del brand – trasparenza, semplicità e centralità dell'utente – in un modo unico.

## SCHEMA

**Organizzatore:** TBWA\Italia

**Cliente:** iliad

**Data:** 27-28 maggio 2023

**Target:** tutta la popolazione da 0 a 99 anni

**Location:** RIDE Milano - Via Valenza, 2 - 20137 Milano

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Ferrari Roma Spider

## World Première



Il concept dell'evento ruota intorno a 'La Nuova Dolce Vita' interpretata in una serata da vivere en plein air, per i 900 Top Client di Ferrari.

Il giardino del Palazzo è stato messo al centro dell'esperienza della presentazione della nuova Spider. La scenografia ha fatto rivivere le antiche piscine del Palazzo, facendole attraversare da una 'passerella' per evocare una sfilata di moda. Tutt'intorno un'elegante lounge per gli ospiti.

La nuova Ferrari è uscita dal Torrino, accompagnata dalle musiche con arrangiamenti marocchini di un'orchestra dal vivo. Sul lato opposto 30 metri di schermo di effetto 'cinematografico'.

Dopo il reveal, lo schermo si è sollevato e ha svelato la cena da 'mille e una notte' allestita in una tendostruttura illuminata da centinaia di lanterne.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Ferrari

**Data:** 16-18 marzo 2023

**Target:** 900 ospiti, clienti e giornalisti invitati da Ferrari

**Location:** Palais El-Badii, Marrakesh

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000

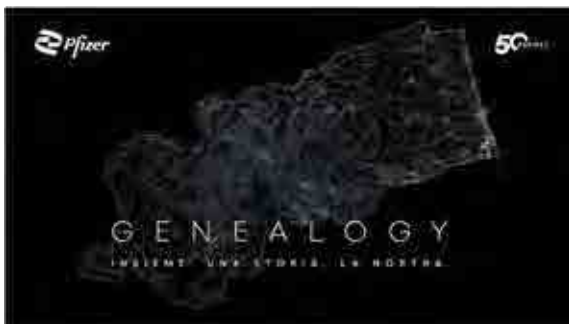


# Genealogy. Insieme. Una storia. La nostra

Un percorso esperienziale, hi-tech e interattivo per ritrovare, in una vicenda industriale lunga 50 anni, una storia collettiva che racconta l'impatto e il valore dello stabilimento di Ascoli Piceno. Un viaggio per ritrovare radici, legami e connessioni aziendali e umane, raccontato attraverso una collezione di installazioni narrative progettate e sviluppate per offrire ai dipendenti un'esperienza immersiva nella storia e nella realtà attuale della loro azienda. La metafora concettuale del percorso è quella dell'albero, il paradigma narrativo su cui si basa lo sviluppo delle installazioni nelle quali i protagonisti sono gli stessi dipendenti dello stabilimento.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Alphaomega  
**Cliente:** Pfizer Italia  
**Data:** 25 novembre 2022 - 30 settembre 2023  
**Target:** l'evento ha coinvolto la popolazione Pfizer (dipendenti attuali e in pensione), il top management, la comunità territoriale, istituzioni e stakeholder  
**Location:** Palazzo dei Capitani in Piazza del Popolo ad Ascoli Piceno. Attualmente allestimento resident nello stabilimento Pfizer di Ascoli Piceno.  
**Budget:** €100.000 - €200.000



# Agenzie in Scena

## Tour Teatri 2022



Krear Srl Agenzia Eventi di Milano ha organizzato, per conto di Cattolica Assicurazioni, Compagnia del Gruppo Generali Italia, un grande evento in tutta Italia rivolto ad Agenti, subagenti e collaboratori.

Agenzie in Scena - Protagonisti del Futuro, un tour di 23 tappe nell'arco di oltre 2 mesi su tutto il territorio nazionale, ospitato dai meravigliosi Teatri Italiani.

Il viaggio è iniziato in ottobre a Lodi per concludersi a metà dicembre a Verona, un intenso percorso all'insegna di condivisione e collaborazione, con l'obiettivo di dare un forte segnale di presenza e sostegno da parte della Compagnia, senza farsi mancare l'emozione di uno spettacolo teatrale dedicato.

### SCHEMA

**Organizzatore:** KREAR

**Cliente:** Cattolica Assicurazioni

**Data:** 26 settembre - 15 dicembre 2022

**Target:** agenti, collaboratori, front office di tutta la rete di Cattolica Assicurazioni

**Location:** Italia

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# ACS 50



Un mondo di meraviglie: ecco l'ambientazione in cui oltre 1200 ospiti sono stati accolti all'evento per i 50 anni di ACS Dobfar: lo stabilimento dove ogni giorno i dipendenti lavorano si è vestito a festa per celebrare insieme questa ricorrenza così importante. La figura di 'Alice nel Paese delle Meraviglie' ha accompagnato tutti i partecipanti a scoprire la magia dello spazio e l'anima creativa dell'azienda. I veri protagonisti della festa sono state le persone che hanno reso ACS uno spettacolo da gustare, da vivere e da custodire.

Boombash, attori, ballerini, figuranti e backdrop immersivi hanno creato uno storytelling emozionante, vitale e palpitante: tutti elementi di una storia curata in modo che ogni dettaglio potesse essere porta d'accesso per un mondo magico. E' stata costruita una dimensione parallela, in cui tutti potessero cenare con Alice e inseguire il Bianconiglio.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Newton

**Cliente:** ACS Dobfar

**Data:** 10 giugno 2023

**Target:** dipendenti

**Location:** Stabilimento ACS, Via Rossini  
12, Tribiano (Mediglia)

**Budget:** €500.000 - €800.000



# EXTRAordinary People

## Coca-Cola HBC Italia Sales Convention 2023



Primo grande evento in presenza per celebrare le persone e motivare la forza vendita e i dipendenti dell'azienda.

Una sales convention memorabile e di forte impatto, dopo un lungo periodo di distanziamento.

Un invito a tutti i partecipanti a vivere con entusiasmo l'appartenenza al brand, ma anche l'identificazione con i valori di un'azienda da sempre leader.

1.300 persone al centro della scena.

### SCHEMA

**Organizzatore:** The Next Event + The Next World | NEXT GROUP

**Cliente:** Coca-Cola HBC Italia

**Data:** 23 aprile 2023

**Target:** 1.300 dipendenti provenienti da tutta Italia.

**Location:** Fiera di Rimini

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Lion Wing

## Marrakech 2023



Quattro giorni di incentive, 350 venditori, una destinazione 'Rossa Generali': Marrakech.  
 Un concept potente, il Graffio dei Leoni, che ha accompagnato il day by day tra momenti di formazione, scoperta e divertimento.  
 Tanti i momenti di engagement, dalle attività à la carte al pool party, dalla comunicazione veicolata tramite Instant Messaging alle premiazioni che hanno offerto un momento di gloria ad ognuno dei 309 vincitori.  
 Un evento memorabile per chi ha partecipato, ma anche attento a sostenere l'economia dell'area coinvolgendo un team di fornitori locali.

### SCHEDA

**Organizzatore:** The Next World | NEXT GROUP

**Cliente:** Generali Italia

**Data:** 4-7 luglio 2023

**Target:** il viaggio Lion Wing è un premio che ha una lunga storia ed è considerato 'iconico' dalla rete di agenti Generali. I destinatari sono stati 350 dipendenti, una platea molto simile a un 'Excellence Club' di cui tutti vorrebbero essere membri.

**Location:** Marrakech

**Budget:** n.d.



# La nostra forza Noi

## Costruiamo insieme il nostro futuro



Next organizza la prima Convention Zurich Bank mai avvenuta. 1.100 partecipanti e due giorni di lavori presso il Super Studio + di Milano.

Un fronte Led di 38 metri e numerosi contenuti realizzati e gestiti per i numerosi speaker a palco.

Una cena placé e un pranzo standing come momenti di condivisione e networking, un intervento motivazionale con Jury Chechi e uno spettacolo di intrattenimento di Enrico Bertolino.

Una presentatrice d'eccezione, Laura Chimenti, capace di tracciare la linea tra i vari interventi singoli e talk.

### SCHEMA

**Organizzatore:** The Next Event + The Next World | NEXT GROUP

**Cliente:** Zurich Bank

**Data:** 23-24 marzo 2023

**Target:** Interni e Consulenti

**Location:** Super Studio +

**Budget:** €800.000 - €1.000.000





# Run into the future

## Life Banker BNL BNP Paribas

‘Run into the future’ è l’appuntamento dedicato ai Life Banker di Bnl Bnp Paribas, con l’obbiettivo di formare e informare. Due giorni di eventi strutturati per scoprire e trovare, grazie ai valori dello sport, il proprio ritmo gara. Quel parametro che ogni atleta dovrebbe conoscere quando vuole ottenere dei risultati.

Attraverso un progetto video con oltre 10 corti, abbiamo abbinato gli sport a un’area tematica e ai valori aziendali. Grazie alla testimonianza di campioni come Raffaele Palladino, Simone Perrotta e Giuseppe Abbagnale abbiamo veicolato progetti, valori e obiettivi in un modo del tutto innovativo. Un film emozionale in 3 atti ha reso protagonisti gli 800 partecipanti. Il ritmo è stato scandito da una live band e dalla presenza di Virginia Raffaele e Gabriele Vagnato.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Superhumans

**Cliente:** BNL BNP PARIBAS

**Data:** 9-10 ottobre 2023

**Target:** rete interna

**Location:** Roma

**Budget:** €400.000 - €500.000



# ShowME



‘Show Me’ è l’evento nato per riaffermare l’ambizione dei Mestieri d’eccellenza di LVMH e per valorizzare i collaboratori del Gruppo che svolgono queste professioni di savoir-faire, nonché per formare nuovi talenti così da salvaguardare e trasmettere questi saperi unici alle nuove generazioni.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Xister Reply  
**Cliente:** Mestieri d’Eccellenza LVMH  
**Data:** 17 novembre 2022  
**Target:** evento interno  
**Location:** Milano - Teatro Lirico Giorgio Gaber  
**Budget:** €300.000 - €400.000



# NEW LIGHT

BY **novelty**



**Concerts, exhibitions**, and all kind of **events**: Anywhere you need **lights**, **sound systems**, and **video equipment** **New Light by Novelty** is the right partner to rely on.

To meet our customers' increasing needs, **New Light by Novelty** works with the **best companies** to design and setup all kinds of scenery. Each **setup** and **dis-mantling** step is carefully planned and executed to leverage the chosen location and achieve the **best results** for our

The company was founded more that **30 years** ago and today is one of the most important international players in setting up **high quality technical equipment** for **fashion shows, concerts, exhibitions, conventions, studios**, and all **events**, both outdoor and indoor.



# The Laundry Screen



A Napoli il calcio non è solo qualcosa da vedere in Tv: ha bisogno di essere condiviso con gli altri, per strada. Soprattutto se quella partita rappresenta una leggendaria prima qualificazione ai quarti di finale della UCL. Ecco perché Amazon Prime Video, emittente della Champions League, ha deciso che per una partita del genere non sarebbe bastato uno schermo: i tifosi del Napoli meritavano di più.

Abbiamo trasmesso la partita in streaming in un modo che potesse esprimere lo spirito napoletano: sugli iconici panni stesi nelle corde stese nei Quartieri Spagnoli.

Un'esperienza calcistica coinvolgente che ha portato migliaia di tifosi a guardare insieme su Prime Video il Napoli, come non avevano mai visto prima e a catturare l'interesse degli appassionati di calcio di tutta Italia.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** Amazon Prime Video

**Data:** 15 marzo 2023

**Target:** i tifosi di calcio italiani

**Location:** Napoli, vicoli dei Quartieri Spagnoli

**Budget:** €100.000 - €200.000



# glo™ for art

2night.  
glo

‘glo™ for art’ è una piattaforma di attivazione a 360° che ha permesso di incrementare la penetrazione e l’awareness di glo™ e di rafforzare il legame emotivo con i consumatori garantendogli una brand experience unica: glo™, grazie al suo ruolo di mecenate, porta i consumer a contatto con l’arte contemporanea, li stimola a scoprire cose nuove e immergersi nella creatività. L’operazione artistica diventa un’esperienza ingaggiante per i consumatori, coinvolti in eventi celebrativi del brand con ospiti della scena musicale italiana e attività collaterali che vanno ad arricchire il format, creando occasioni di entertainment e di contatto con il pubblico (talks, presentazioni di libri a tema, dj set, happy hour, food experience) realizzati nella cornice unica dell’installazione/opera ‘glo™ for art’.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** BAT

**Data:** 17 aprile - 1 ottobre 2023

**Target:** fumatori di 25-40 anni che vivono in città

**Location:** Milano (Darsena), Milano (Triennale), Milano (Fuorisalone), Roma (Maxxi), Roma (Galleria Nazionale d’Arte Moderna e Contemporanea)

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Ceres 60

**2night.**

**CERES** @

Le 'Leggende di Strada' di Ceres sono quelle persone che appartengono alla strada, perché la strada le rese quello che sono, forgiandole con ricordi di serate che non sono adatti ai social. O perché troppo espliciti, o perché appartengono solo a chi li ha vissuti e non vuole condividerli con nessun altro. 'Certe cose sono solo per chi c'è'.

Ceres, per i suoi 60 anni celebra tutte quelle serate leggendarie che non possono essere raccontate, e lo fa con un compleanno solo per chi C'è... nella sola location che può rendere questo evento davvero leggendario... Ceres (To), un piccolo paese di 1.000 abitanti, nelle Valli di Lanzo in provincia di Torino, che si trasforma per un'unica leggendaria notte in Ceres (C'è) per fare incontrare le leggende di strada di Ceres con le leggende di paese ceresine.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night  
**Cliente:** Ceres  
**Data:** 22 luglio 2023  
**Target:** 20-35 y.o.  
**Location:** Ceres (TO)  
**Budget:** €200.000 - €300.000



# Enter the Future



‘Enter the Future’, l’evento di BKT che ha avuto luogo a Bhuj, India, è stata per gli oltre 400 partecipanti un’esperienza completamente immersiva per celebrare l’evoluzione e il futuro del brand.

Tre giorni di conferenza in cui ogni intervento è stato studiato nel dettaglio per rendere ogni presentazione una vera e propria performance di alto livello.

Ma non solo: scenografie mozzafiato, coreografie spettacolari ed inaspettati colpi di scena hanno coinvolto 40 attori ed artisti per 6 momenti chiave durante la conference e 12 attività extra fra cui visite guidate, cene di gala, esibizioni di danza, flash mob sorprendenti, esperienze culturali indiane e tour delle strutture produttive di Bhuj, garantendo un coinvolgimento eccezionale e un alto livello di soddisfazione del pubblico.

## SCHEDA

**Organizzatore:** 20ACTION Entertainment

**Cliente:** BKT Tires

**Data:** 29 gennaio-16 febbraio 2023

**Target:** 10 gruppi all’interno di tre macrocategorie (Partner Distributori, Media e Sponsor), per un totale di oltre 400 partecipanti e stakeholder

**Location:** stabilimento produttivo a Bhuj, India, fiore all’occhiello di BKT

**Budget:** n.d.



# I-Days Coca-Cola 2023

**ACCESS**  
LIVE COMMUNICATION  
*Coca-Cola*

I-Days Coca-Cola Milano, il più grande festival musicale in Italia, è tornato nel 2023 battendo tutti i record di ticketing per la prima volta, grazie a 7 date live in 2 venue d'eccezione, con una line-up composta dai più importanti artisti internazionali.

L'esperienza degli spettatori si è inoltre arricchita grazie alla presenza di 22 brand sponsor e 6 media partner. Ciascuno di essi ha realizzato attività di engagement: il Coke Studio, dominato da una ruota panoramica dedicata, con sampling, attività dance, photo opportunity, make-up; il supermercato Penny Market; i chioschi Sammontana; il grande Caprone Olda di Kozel con un'area giochi, il barbiere di Braun, l'area relax e la batteria di Rio Mare.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Live Nation/Access Live Communication

**Cliente:** The Coca-Cola Company

**Data:** 22 giugno - 15 luglio 2023

**Target:** 15-54

**Location:** Ippodromo Snai La Maura - via Lampugnano 95, 20151, Milano MI + Ippodromo Snai San Siro - Piazzale dello Sport 16, 20151, Milano MI

**Budget:** €1.000.000 - €1.000.000





# Star Home Restaurant



In occasione del lancio del nuovo posizionamento 'Tutto il buono del fatto in casa', STAR ha fatto vivere alle persone delle serate all'insegna della spensieratezza in cucina regalando loro un'experience memorabile: gestire, per una sera, un vero Home Restaurant. Un appartamento curato in ogni dettaglio, con cucina, dispensa e aree relax in una location che sapesse di casa in ogni angolo. Nella campagna sono stati coinvolti 11 influencer, food e lifestyle.

La figura di Host durante la serata di inaugurazione di 'Star Home Restaurant' è stata rivestita da Lorenzo Biagiarelli, food expert, personaggio televisivo e dispensatore di consigli e ricette dalla sua cucina di casa.

Una serie di eventi integrati che hanno coinvolto sia gli ospiti, in modalità live, che gli utenti grazie alle properties digitali.

## SCHEMA

**Organizzatore:** ALL&KIWI, part of Uniting Group

**Cliente:** Star

**Data:** 10-19 marzo 2023

**Target:** responsabili d'acquisto di età compresa tra 25 e 64 anni

**Location:** Milano - Viale Bligny 27

**Budget:** €100.000 - €200.000

**STAR HOME Restaurant**

**BACKGROUND**  
Dal 1948, STAR è l'alleato in cucina che semplifica le ricette e permette a tutti di gustare ogni giorno piatti che sanno di casa, in tutta spensieratezza.

**IDEEA**  
In occasione del lancio del nuovo posizionamento "Tutto il buono del fatto in casa", STAR ha fatto vivere alle persone una serata all'insegna della spensieratezza in cucina regalando loro un'experience memorabile: gestire, per una sera, un vero Home Restaurant.

**EXECUTIONS**  
Per 10 giorni STAR ha messo a disposizione di tutti un bell'appartamento nel centro di Milano, una dispensa piena di prodotti STAR e altri ingredienti base, una cucina attrezzata e un servizio di pulizia finale. Le persone hanno potuto provarla gratuitamente sulla piattaforma Canal Home e assistere per un'ora e cinque insieme ad oltre 100.000 utenti e a 11 influencer diversi ogni sera.

**di 100 persone ospitate**  
NELLO STAR HOME RESTAURANT

**di 1000**  
COPERTURE MOBILI

**AVVERTENZE**  
11.113

**Reach del contenuto Influencer**  
1.051.278

**Impressioni contenuti Influencer**  
3.071.972

**Impressioni di contenuti STAR**  
4.669.697

**Numero articoli formati** 37  
**Settore magazine** 33

**COPIE** | **CORRIERE DELLA SERA** | **la Repubblica**

# Jameson Black Barrel

## Pop Up Store



A dicembre 2022, per dare al periodo natalizio tutto un altro spirito, l'agenzia di eventi ALL – parte del gruppo Uniting – ha ideato e realizzato un pop up store in via Moscova a Milano per lanciare la nuova referenza del whiskey Jameson Black Barrel.

Molto più di un semplice negozio, un evento permanente di 20 giorni di attivazione dedicato al brand e ai consumatori che potevano vivere esperienze diverse in una struttura totalmente rivisitata per l'occasione: 90 mq dalle mille anime, dentro cui è stato definito un programma di attività giornaliera, dalle masterclass con bartender esperti alle degustazioni, dalle serate comedy ai Dj Set. Naturalmente, visto il periodo, si potevano acquistare special pack con panettoni by Martesana e bottiglie customizzate. E ovviamente bere whiskey JBB!

### SCHEDA

**Organizzatore:** ALL, part of Uniting Group  
**Cliente:** Pernod Ricard - Jameson  
**Data:** 1-23 dicembre 2022  
**Target:** target primario: 30-45; target goal: 20-35  
**Location:** Milano - Via Moscova  
**Budget:** €100.000 - €200.000



# Mercedes-Benz

## e Avatar: La Via dell'Acqua

**Arkage**  
Think Create Code Dream



Mercedes-Benz

Una location tra le più prestigiose e affascinanti nel cuore di Roma è stata il varco d'accesso verso una dimensione spettacolare. Quella di Mercedes-Benz e Avatar: La Via dell'Acqua, il film più atteso dell'anno, al cinema dal 14 dicembre 2022.

Una Mercedes Experience immersiva e unica nel suo genere tra gli iconici spazi panoramici de La Lanterna firmati dall'architetto Massimiliano Fuksas. Un'occasione straordinaria per sperimentare in prima persona la visione di futuro e innovazione al centro della partnership di Mercedes-Benz con Disney.

Quattro giorni di apertura e 1 party per oltre 150VIP: un viaggio immersivo per i sensi, tra luci e proiezioni, allestimenti onirici e scenari emozionanti ispirati al mondo di Pandora.

Un unico, iconico evento per un doppio immaginifico lancio.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Arkage, in collaborazione con Gruppo Peroni Eventi

**Cliente:** Mercedes-Benz Italia, in collaborazione con The Walt Disney Company Italia

**Data:** 10-13 dicembre 2022

**Target:** pubblico generalista 18-60 anni (apertura al pubblico). Target B2B e consumer Mercedes-Benz (apertura privata). VIP, influencer & social personalities (apertura privata).

**Budget:** €400.000 - €500.000



# glo™ *Brand Activation*

**CANNIZZO  
PRODUZIONI**  
SHAPING EMOTIONS

BAT | glo

glo™ è stata protagonista dei più importanti eventi italiani di musica e costume del 2023, con una brand activation mirata a generare awareness e partecipazione diventando catalizzatore di creatività. Cannizzo Produzioni ha curato per il cliente tutta la fase strategica di studio e individuazione dei touchpoint più performanti in termini di approccio al target e, successivamente, tutta la fase di progettazione e produzione degli allestimenti su ogni presidio. Inoltre, l'agenzia ha curato la declinazione creativa dell'activation su Casa Sanremo e le procedure di raccolta lead e trial/sell out prodotto con promoter qualificati.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Cannizzo Produzioni

**Cliente:** British American Tobacco Italia

**Data:** 5 febbraio - 8 ottobre

**Target:** Only 18+. Fumatori adulti, amanti dello stile, del design, della musica e dell'innovazione. Un target dinamico che crede nella libertà d'espressione e nell'inclusività.

**Location:** Casa Sanremo, Arena Flegrea, Lucca Summer Festival, Red Valley Festival, 55° Barcolana

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Scuderia Ferrari Lancio SF23

FE  
FREE EVENT



Per il lancio della SF23, Free Event ha portato le emozioni della Formula 1 nel circuito di Fiorano, palco di un grande show live, con contenuti video di alto livello realizzati con una produzione cinematografica e distribuiti crossplatform fin dal mese precedente. L'evento ha ricreato un vero e proprio Gran Premio, con Fanzone, pre-show con artisti, coreografie di massa, meet&greet con i piloti, l'inno nazionale, presentatori d'eccezione e il lancio della nuova APP. In presenza, oltre 500 tifosi, 200 membri press e 300 VIP.

Nessuno di loro però aveva previsto ciò che sarebbe accaduto di lì a poco: per la prima volta nella F1, la SF23 ha debuttato in pista davanti a fan e ospiti increduli, dando vita a una presentazione spettacolare che ha registrato un consenso globale.

Per Scuderia Ferrari, Free Event è stata general contractor dell'intero progetto.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Free Event

**Cliente:** Scuderia Ferrari

**Data:** 14 febbraio 2023

**Target:** tifosi, partner, VIP e Tv/Media

**Location:** Circuito di Fiorano

**Budget:** €500.000 - €800.000





# Lamborghini Revuelto From Now On

L'evento rappresenta una milestone nella storia di Lamborghini. Il lancio della nuova Revuelto ha l'obiettivo di sancire l'inizio di un'epoca con la prima HPEV del colosso automotive, una supersportiva ibrida V12 ad alte prestazioni.

7 eventi nell'evento in cui i concetti di innovazione e sostenibilità si incontrano grazie all'utilizzo di tecnologie d'avanguardia, che hanno reso l'evento immersivo e ingaggiante.

'From Now On' è stato il concept che ha guidato l'execution di un progetto che ha tra i suoi obiettivi quello di coinvolgere i maggiori stakeholder, top client, personaggi del mondo dello sport e dello spettacolo, ma anche di essere motivo di orgoglio per tutti coloro che lavorano in Lamborghini.

Parole chiave sono state celebrazione, esclusività, innovazione e orgoglio.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Gruppo Gattinoni

**Cliente:** Lamborghini

**Data:** 29-30 marzo 2023

**Target:** 850 partecipanti tra top client, dealer, personalità del mondo dello sport e dello spettacolo e giornalisti; il target, inoltre, era su invito diretto da parte di Lamborghini

**Location:** Headquarter Lamborghini presso Sant'Agata Bolognese

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# #MercedesExperience

## Taste of Nature



‘Taste Of Nature’ è il nome dei due nuovi retail format 2023, all’insegna di sostenibilità ed eccellenza, progettati per offrire un coinvolgimento totale, in perfetta sintonia con i valori del brand. Due le **#MercedesExperience** sensoriali confezionate per i dealer di tutta Italia, che hanno aderito all’iniziativa coinvolgendo clienti e prospect in un percorso percettivo, unico e autentico in 48 eventi su tutto il territorio italiano.

Un’immersione nella natura, tra terra e mare, per scoprire i valori del brand Mercedes-Benz in un modo rivoluzionario e dal forte impatto emozionale.

Una driving experience che conduce gli ospiti alla scoperta di eccellenze stagionali Made in Italy, dal gusto sostenibile ed unico.

Un successo per il brand ma anche per il pianeta, che gode di eventi realizzati ‘ad impatto positivo’.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Gruppo Peroni Eventi

**Cliente:** Mercedes Benz Italia

**Data:** 1 marzo - 15 dicembre 2023

**Target:** clienti, giornalisti, influencer, consumatore finale

**Location:** tutto il territorio nazionale

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Stile Capri Wave



Con 'Stile Capri Wave' abbiamo dato vita a un'activation esperienziale tra i consumatori e il prodotto con l'obiettivo di creare engagement intorno al lancio e all'evento.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Italia Eventi Group

**Cliente:** Birra Peroni

**Data:** 2-3 luglio 2023

**Target:** stimolare il trial della nuova birra Peroni Nastro Azzurro Stile Capri grazie a un evento esclusivo nella baia di Capri

**Location:** Isola Di Capri

**Budget:** €500.000 - €800.000





# Ferrari Finali Mondiali 2022



‘Finali Mondiali 2022’, celebrazione del 30° anniversario del Ferrari Challenge, ha catturato l’attenzione di oltre 40.000 ospiti in loco e affascinato 286.000 spettatori online. Con 46 vetture in esposizione, 1 reveal straordinario, un prestigioso Gala dinner e una vasta gamma di photo opportunity e attività, dalle gare di racing ai tour dei paddock di appassionati veterani e scuole locali, incontri con i piloti e persino uno spettacolare air show, Finali Mondiali 2022 ha creato un’esperienza indimenticabile sia per il pubblico presente che per gli spettatori online. Grazie a una strategia omnicanale impeccabile, che ha coinvolto sia i canali fisici che quelli digitali, l’evento ha raggiunto un pubblico globale, portando le emozioni di Ferrari a un nuovo livello di coinvolgimento.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Live.Com

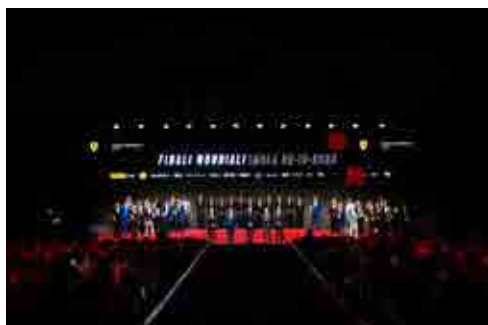
**Cliente:** Ferrari

**Data:** 25-31 ottobre 2022

**Target:** clienti e appassionati

**Location:** Autodromo Enzo e Dino Ferrari, Imola

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Corona Sunsets



Un'occasione di condivisione unica, di contatto con la natura, sensibilizzazione sulla sostenibilità, immersione nel mondo dell'arte e della musica. Un concentrato di emozioni e sensazioni positive grazie a un ingaggio tra il brand e il pubblico.

Abbiamo portato gli spettatori a vivere un viaggio alla scoperta dell'iconica birra 100% naturale con 3 progetti integrati: le 'Corona Sunsets Hours', con 100 serate per 50 locali in 5 regioni, con djset e meccaniche di engagement; le 'Sunsets Sessions', a Milano e Napoli, con circa 2.000 persone, live session e attività di intrattenimento; il 'Corona Sunsets Festival', al Teatro del Silenzio di Lajatico, con 8.000 persone immerse nella natura per 10 ore di musica live con artisti internazionali, performance artistiche e workshop educativi.

## SCHEMA

**Organizzatore:** LiveZone

**Cliente:** AB InBev

**Data:** 27 maggio - 22 luglio 2023

**Target:** pubblico generico, età media 30 anni

**Location:** Festival: Lajatico (PI); Sessions: Milano, Napoli; Hours: Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia

**Budget:** n.d.



# Limonaia Urbana

LIVING BRANDS



‘Limonaia Urbana’ è un orizzonte inatteso e sorprendente sull’estate italiana: il contrasto tra una tipica limonaia a picco sul blu e l’ambiente urbano. Trasporta immediatamente le persone, lungo la risalita di un ascensore, in un’ideale, tipica, sognante, iconografica, atmosfera estiva... “come essere in Costiera Amalfitana pur rimanendo in città”.

Un’attivazione esteticamente dirompente, per non convenzionalità e disruption, con un allestimento immersivo che trasforma il tetto di un palazzo con vista sulle iconiche guglie del Duomo in una limonaia mediterranea, ispirata al gusto di Pesto Barilla Basilico e Limone.

Un’esperienza olistica tra sapori, colori, profumi, suoni, masterclass a tema food e di artigianato.

Un format proprietario che arriverà in numerose capitali d’Europa e del mondo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Living Brands

**Cliente:** Barilla G. e R. F.Illi S.p.A.

**Data:** 24-27 maggio 2023

**Target:** 1) per il PR Event, giornalisti, stakeholder, influencer, pubblico interno, su scala europea; 2) Consumer Event: core target, cittadini milanesi (età 25-54); main target, Pesto users.

**Location:** Milano, Piazza Duomo

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Sorpresa Perfetta

LIVING  
BRANDS  
cameo  
Ristorante

A Qualto, piccolo borgo nel cuore dell'Appennino bolognese, l'ultimo ristorante ha chiuso i battenti nel Marzo 2020 e, quando arriva la sera, i circa ottanta abitanti si chiudono in casa perché non c'è più alcun luogo di ritrovo. A loro, cameo con Pizza Ristorante dedica una 'Sorpresa Perfetta'.

Rispondendo a un appello sui social dell'Assessore Roberto Serra, cameo Pizza Ristorante arriva a Qualto per recuperare i locali abbandonati e aprire una vera e propria pizzeria, la cui sala a cielo aperto è la piazza del borgo stesso. Riportando, per una sera, tra la gente la gioia e tutto il gusto dello stare insieme.

Durante l'evento il brand e l'Assessore annunciano inoltre alla comunità una sorpresa nella sorpresa: la donazione di un chiosco-pizzeria permanente che sarà installato in Novembre.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Living Brands

**Cliente:** cameo

**Data:** 20 settembre - 20 novembre 2023

**Target:** adulti e famiglie, amanti della pizza.

**Location:** Qualto, piccolo borgo nel cuore dell'Appennino bolognese

**Budget:** fino a €50,000



# Voiello Miez'a Via Milano



L'energia e il calore di un'autentica festa partenopea in un contesto inaspettato come quello dei navigli milanesi. Un maestoso vertical show, che ha visto l'edificio al civico 2 di Alzaia Naviglio Pavese trasformarsi in palcoscenico per un emozionante videomapping e per il live show di Dada' e Livio Cori. Un angolo di Milano inondato di luci, suoni e colori, per celebrare una Napoli contemporanea e lontana dagli stereotipi. Quella tratteggiata nelle illustrazioni del collettivo di artisti The Napolitaner. O quella da sognare e indossare dei Viennmsuonno1926, giovani fashion designer che firmano, in collaborazione con Voiello, una capsule collection presentata in anteprima a Milano. E naturalmente la Napoli dei sapori più intensi, quelli della Gran Penna Ruvida, al suo debutto ufficiale.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Creative concept, sviluppo comunicazione e design: Marimo; Design brand experience, videomapping e produzione eventi: Living Brands; Media & Entertainment Marketing: OMD/Fuse; PR e Ufficio Stampa: Omnicom PR Group

**Cliente:** Barilla - Voiello

**Data:** 21 giugno 2023

**Target:** trasversale, 18-60

**Location:** Milano

**Budget:** n.d.



# GranTerre, dove nascono grandi bontà



Gruppo GranTerre – leader di mercato con 1,5 miliardi di fatturato e marchi prestigiosi come Parmareggio, Casa Modena, Teneroni –, riunisce gli stakeholder per accreditarsi come alfiere del Made in Italy, svelare il nuovo company name e la nuova campagna pubblicitaria.

Si punta sull'esperienza sensoriale per lasciare un ricordo memorabile e raccontare innovazione e competenze. Villa Cavazza – nel cuore dell'Emilia del gusto – diventa teatro di un'esperienza immersiva nel Saper fare del gruppo.

Bruno Barbieri irrompe con la sua simpatia, due ricette originali create per l'occasione e presentate nello showcooking in sala, mentre la Villa ospita la food experience in un trionfo di sapori e profumi dei prodotti GranTerre che grazie al sapiente visual food soddisfano anche il senso della vista.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Mediagroup98

**Cliente:** Gruppo GranTerre

**Data:** 27 febbraio 2023

**Target:** stakeholder del gruppo, GDO, media di settore, comunità finanziaria, istituzioni

**Location:** Villa Cavazza, Corte Della Quadra - Solara di Bomperto (Mo)

**Budget:** n.d.



# Emil People



Emil Group ha aperto le porte di showroom e stabilimento, in occasione del Cersaie, per celebrare il popolo di Emil: lo staff dell'azienda, i top client e tutti gli stakeholder hanno potuto visitare gli showroom e visionare i nuovi prodotti.

Le persone (quasi 2.000), filo conduttore dello storytelling, hanno potuto vivere una dimensione di conoscenza e networking, diventando protagoniste di uno spazio vivo e dinamico che ha trasformato la partecipazione in una preziosa occasione di incontro.

Un grande cubo Led ha proiettato, per tutta la durata dell'evento, i volti di chi ogni giorno rende grande il Gruppo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Newton

**Cliente:** Emil Group - Emilceramica

**Data:** 25-29 settembre 2023

**Target:** Top Client nazionali ed internazionali

**Location:** stabilimento e showroom a Fiorano Modenese

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Campari - Hotel des Bains

## Festival del Cinema di Venezia 2023



NOLOOP

**CAMPARI**
 *Davide Campari*  
MILANO

Ancora una volta Campari ha dimostrato la sua passione per il Cinema e il suo legame con la settima arte.

Attraverso la riapertura dell'Hotel des Bains, simbolo di Venezia e del cinema ad esso legato, Campari, main sponsor dell'ottantesima edizione del Festival Internazionale del Cinema di Venezia, ha dato luogo a vari party esclusivi accrescendo così la propria audience e attirando attorno a sé le luci dei riflettori.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Noloop  
**Cliente:** Campari Group  
**Data:** 1-2 settembre 2023  
**Target:** stampa, influencer, ospiti Campari  
**Location:** Hotel des Bains, Venezia  
**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000





# Milano House of Campari

ARTECHFX



GIOFORMA

Designers Artists Architects

CAMPARI

Davide Campari  
MILANO

Le serate evento hanno avuto la finalità di celebrare il brand tramite un'occasione unica: il lancio del design rinnovato della bottiglia.

Campari ha fomentato la propria audience con uno show unico che gli ha permesso di raggiungere risultati e numeri importanti rafforzando la propria identità e la propria 'presenza attiva' sulla città di Milano.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Noloop

**Cliente:** - Artech FX

**Cliente:** Campari Group

**Data:** 4-5 maggio 2023

**Target:** Omnicomprensivo - Influencer e Giornalisti

**Location:** Piazza Sempione, Milano

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Malfy Moment: Monte Bianco



Malfy Gin, distillato conosciutissimo per la sua calda anima mediterranea, ha immaginato di cambiare il percepito del suo brand con un'attivazione che prevedeva l'aperitivo più in alto sul livello del mare: a 3.500m sullo Sky Way del Monte Bianco.

In due giorni di esperienze uniche, i partecipanti all'evento e le persone che li seguono sui social hanno potuto immergersi nel mondo Malfy, in un contesto ispirazionale e inaspettato. Dal DJ set di Benny Benassi alle esperienze in elicottero, ogni minuto è stata un'esperienza tutta da assaporare.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Pernod Ricard Italia

**Cliente:** Pernod Ricard Italia - Malfy Gin

**Data:** 16-18 marzo 2023

**Target:** mass market, maggiorenni, 25-35, gin lover, fashion lover, experience seeker, aperitivo addicted; key opinion leader (influencer e talent)

**Location:** Monte Bianco

**Budget:** €100.000 - €200.000



# Avatar: The Way Of Water

## Venice PR Stunt

**T3KNE**  
The Walt Disney Company

I canali di Venezia candidata a capitale mondiale della sostenibilità 2023 'illuminati' con la bioluminescenza di Pandora, celebrando l'uscita di 'Avatar: Le Vie dell'Acqua' e il suo messaggio di rispetto dell'ambiente marino con uno spettacolare Pr Stunt.

Interi sestieri storici di Venezia trasformati con proiezioni di luce blu e video mapping per alcune notti come omaggio al nuovo film. Uno scenario spettacolare ritratto in un video drone emozionale di risonanza social internazionale, foto artistiche e raccontato nei post e video social di migliaia di cittadini, turisti, influencer e giornalisti invitati ad assistere all'evento dal vivo.

Realizzato in partnership con il Comune di Venezia, installati oltre 500 proiettori grazie al partner tecnologico Artled.

### SCHEMA

**Organizzatore:** T3KNE

**Cliente:** The Walt Disney Company Italia

**Data:** 15-18 novembre 2022

**Target:** all audiences

**Location:** Venezia

**Budget:** n.d.



# *The Little Mermaid*

## Sardinia PR Stunt

**T3KNE**  
The Walt Disney Company

Come celebrare un territorio e il suo legame con la produzione del nuovo film Disney 'La Sirenetta'? Creando uno show magico, con un video mapping stunt mai visto prima per dimensioni (il più grande show video mapping mai realizzato in EU). Un omaggio alle radici culturali delle leggende marine della Sardegna, che ha coinvolto i luoghi dove il film è stato girato (l'affascinante spiaggia di Rena Majore e l'abitato di Castelsardo, uno dei borghi più belli d'Italia), e la popolazione locale che ha ospitato la produzione durante le riprese. Creando risonanza internazionale attraverso uscite PR, Hero Video, decine di migliaia di condivisioni social di influencer (invitati ad assistere dal vivo) e del cast.

Realizzato grazie al supporto della Sardegna Film Commission con il partner tecnologico Artled.

### **SCHEDA**

**Organizzatore:** T3KNE

**Cliente:** The Walt Disney Company Italia

**Data:** 14-17 maggio 2023

**Target:** all audiences

**Location:** Sardegna - Comune di Castelsardo, Comune di Aglientu

**Budget:** n.d.



# iliadLAND

**TBWA**  
**iliad**

Un grande evento aperto a tutti e gratuito a base di intrattenimento e musica, in cui poter vivere a 360° gli asset del brand: trasparenza, semplicità, centralità dell'utente.

Una brand experience innovativa e proprietaria che ha mixato il format del parco divertimenti all'ispirazione dei grandi festival musicali, con attrazioni completamente personalizzate, food experience, spettacoli di performer e DJ set di fama nazionale e internazionale.

Un weekend indimenticabile in cui 27.800 persone sono potute 'entrare per credere' nel brand in un modo unico.

## SCHEMA

**Organizzatore:** TBWA\Italia

**Cliente:** iliad

**Data:** 27-28 maggio 2023

**Target:** tutta la popolazione da 0 a 99 anni

**Location:** RIDE Milano - Via Valenza, 2 - 20137 Milano

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Diabolik

## Colpo alla Rinascente

Il lancio della capsule collection di Rinascente dedicata a Diabolik per i suoi 60 anni non poteva avvenire altrimenti che con una vera e propria rapina, messa in scena presso lo store di Milano nella notte del 3 novembre 2023.

Il Re del Terrore ed Eva Kant sono realmente apparsi per cimentarsi in uno stunt live, grazie alla quale hanno svaligiato il caveau di Rinascente per recuperare il fumetto inedito a loro dedicato. La performance è stata l'occasione per rivelare l'allestimento delle vetrine di Rinascente Milano dedicato al Re del Terrore e presentare al grande pubblico l'esclusiva linea di merchandise realizzata in suo onore.

### SCHEMA

**Organizzatore:** TBWA & Integer Italia

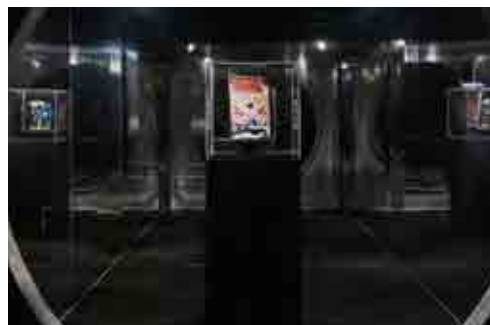
**Cliente:** Rinascente

**Data:** 3 novembre 2022

**Target:** giornalisti, istituzioni, stakeholder, cittadini, influencer e VIP

**Location:** Rinascente Milano, Piazza del Duomo

**Budget:** n.d.





**L'ECO  
DELLA  
STAMPA®**  
LEADER IN MEDIA  
INTELLIGENCE

**Misura l'efficacia  
della comunicazione  
prima, dopo e  
durante i tuoi eventi**



☎ 02 7481131

🌐 [www.ecostampa.it](http://www.ecostampa.it)

✉ [info@ecostampa.it](mailto:info@ecostampa.it)

# Ceres 60

**2night.**

**CERES** 

Ceres vuole festeggiare i suoi primi 60 anni e per farlo ha deciso di celebrare le 'leggende di strada', cioè tutte quelle persone che appartengono alla strada, perchè la strada le ha rese quello che sono, così com'è stato in tutti questi anni per Ceres.

Per farlo ha deciso di organizzare un compleanno leggendario a Ceres, un piccolo paese della provincia di Torino.

Un binomio unico e non programmato che unisce in modo indissolubile una delle etichette di birra più amate e un paese montano di 1.000 anime, riuscendo a creare la festa di compleanno più unica e leggendaria di sempre.

## SCHEDA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** Ceres

**Data:** 22 luglio 2023

**Target:** 20-35 y.o.

**Location:** Ceres (TO)

**Budget:** €200.000 - €300.000





# Ferrari Finali Mondiali 2022



‘Finali Mondiali 2022’, nel 30° anniversario di Ferrari Challenge, è stata una straordinaria combinazione di performance, adrenalina e passione, con oltre 40.000 presenze e 286.000 spettatori online.

Un trionfo globale: 46 vetture in esposizione, 1 reveal, un sontuoso gala dinner, piloti provenienti da 22 paesi, tra cui 92 del Ferrari Challenge, 73 del XX Programme e F1 Clienti, 23 da competizioni GT e 30 dal Club Challenge hanno reso quest’edizione memorabile. 240 motorhome, Casa Pirelli, il Ferrari Motorsport Galaxy, 20 short unveiling, 229 hot laps e il paddock tour hanno arricchito ulteriormente l’evento.

L’air show con biplano e l’apertura cerimoniale hanno aumentato la passione, mentre premiazioni e gala hanno chiuso con stile questa straordinaria esperienza, trasmessa in streaming globale.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Live.Com

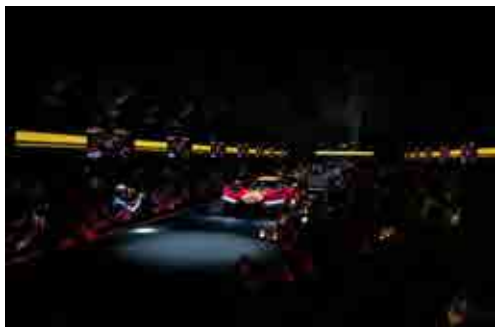
**Cliente:** Ferrari

**Data:** 25-31 ottobre 2022

**Target:** clienti e appassionati

**Location:** Autodromo Enzo e Dino Ferrari, Imola

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# L'Eden del Futuro di Edenred

Unire gli opposti: un brand istituzionale e tradizionale nella comunicazione, seppur innovativo nei servizi offerti, e un evento B2B unconventional e innovativo: il nostro ragionamento creativo è partito da questa sfida trasformandola nella base del nostro racconto.

È nato così l'Eden del Futuro, dove l'apparente contrasto tra l'immagine bucolica del lussureggiante giardino, peraltro riconducibile al nome del brand, ha incontrato un grande trend tematico della comunicazione degli ultimi anni, generando l'immaginario fertile costituente l'evento.

L'ingaggio VR che ha visto la location, ricostruita, diventare tela interattiva per la creazione degli 'Eden' degli invitati e il coinvolgente speech dello special guest Marco Montemagno sono state due delle tante sorprese della serata.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Mai Tai

**Cliente:** Edenred

**Data:** 29 giugno - 26 ottobre 2023

**Target:** Migliori clienti di Edenred

**Location:** Milano - Garden Senato

**Budget:** €100.000 - €200.000



# MSGM x Heineken®

## 150° Anniversario - The Party



L'evento 'MSGMxHeineken® 150° Anniversario - The Party' ha avuto luogo il 13 luglio 2023 nella magica location del Teatro Alcione, nel cuore della movida milanese e punto di riferimento per la Gen Z&Y.

Nato per il lancio della capsule collection sviluppata con il brand MSGM, l'obiettivo era quello di portare in vita la campagna dedicata ai 150 anni di Heineken® nel suo stile caratteristico: perchè succede sempre qualcosa di speciale attorno a una birra.

La campagna aveva infatti l'ambizione di celebrare il consumatore, qualsiasi sia il suo modo di apprezzare una Heineken®, in un modo o nell'altro. Spirito che è stato portato in vita con questo evento, creando in un teatro esperienze uniche e rilevanti per il target dove l'elemento 'real time' fosse al centro.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Monogrid & Parking

**Cliente:** Heineken Italia

**Data:** 13 luglio 2023

**Target:** Gen Z&Y (18-35 y.o.)

**Location:** Teatro Alcione - Piazza Vetra, Milano

**Budget:** €300.000-€400.000



# Il Decennale MUMAC



Nel 2022, Cimbali Group ha celebrato un duplice anniversario. Nato nel 1912, è tra i principali produttori al mondo di macchine professionali per caffè espresso. MUMAC, suo museo d'impresa, è la più grande esposizione dedicata alla storia e alla cultura di un intero settore del made in Italy, riferimento per gli appassionati di caffè, collezionismo e design. I 110 anni di storia aziendale e i 10 di museo sono stati celebrati con un "Decennale diffuso" nel corso dell'anno culminato con una conferenza stampa e un'apertura speciale al pubblico di presentazione del nuovo restyling del museo e modelli inediti. Il nuovo concept espositivo è stato guidato da principi di inclusività, fruibilità, interazione per un riallestimento d'impatto, per fare di MUMAC un museo sempre più per tutti, con lo sguardo volto alla responsabilità, sia sociale che culturale, d'impresa.

## SCHEMA

**Organizzatore:** MUMAC, Museo della Macchina per Caffè - Cimbali Group  
**Cliente:** Cimbali Group  
**Data:** 20 ottobre 2022  
**Target:** stampa, dipendenti, pubblico generico locale e nazionale, P.A.  
**Location:** MUMAC, Museo della Macchina per Caffè - Cimbali Group  
**Budget:** €50.000 - €100.000



# ACS 50



Un mondo di meraviglie: ecco l'ambientazione in cui oltre 1200 ospiti sono stati accolti all'evento per i 50 anni di ACS Dobfar: lo stabilimento dove ogni giorno i dipendenti lavorano si è vestito a festa per celebrare insieme questa ricorrenza così importante. La figura di 'Alice nel Paese delle Meraviglie' ha accompagnato tutti i partecipanti a scoprire la magia dello spazio e l'anima creativa dell'azienda. I veri protagonisti della festa sono state le persone che hanno reso ACS uno spettacolo da gustare, da vivere e da custodire.

Boombash, attori, ballerini, figuranti e backdrop immersivi hanno creato uno storytelling emozionante, vitale e palpitante: tutti elementi di una storia curata in modo che ogni dettaglio potesse essere porta d'accesso per un mondo magico. E' stata costruita una dimensione parallela, in cui tutti potessero cenare con Alice e inseguire il Bianconiglio.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Newton

**Cliente:** ACS Dobfar

**Data:** 10 giugno 2023

**Target:** dipendenti

**Location:** Stabilimento ACS, Via Rossini  
12, Tribiano (Mediglia)

**Budget:** €500.000 - €800.000



# *The Sinuous Overture*

## Immersive Room per Bulgari

maize.

BVLGARI  
ROMA

Nel 2023 l'icona Serpenti di Bulgari celebra il suo 75° anniversario e il brand onora l'occasione con la Serpenti Factory coinvolgendo artisti internazionali e commissionandoci installazioni immersive a Shanghai, Seoul, Milano e Tokyo. Obiettivo: creare un'esperienza capace di trasmettere l'avvolgenza dei prodotti Serpenti, raccontarne l'evoluzione nell'arco dei 75 anni e regalare al pubblico un memorabile momento di co-creazione.

Volevamo immergere il pubblico in un'esperienza sospesa nel tempo e nello spazio e coinvolgerlo in una modalità di esplorazione prodotto senza precedenti. Per adattarsi alle diverse situazioni di esposizione abbiamo studiato un dispositivo composto da: un cielo di monitor, una doppia quinta interattiva con sensori capacitivi e un sistema audio spazializzato.

### SCHEMA

**Organizzatore:** NEXT GROUP e MAIZE

**Cliente:** Bulgari

**Data:** 23 marzo - 19 novembre 2023

**Target:** appassionati del brand

**Location:** Shanghai - MoCA Shanghai | Seoul - Kukje Gallery | Milano - Dazio di Levante | Tokyo

**Budget:** €300.000 - €500.000



ninetynine



# Cerimonia di partenza

## Tour Mondiale dell'Amerigo Vespucci

Il 1° luglio 2023 l'Amerigo Vespucci, salpa per il giro del mondo che la porterà per 2 anni in 31 porti di 28 paesi e 5 continenti per rappresentare l'Italia nel mondo. Difesa Servizi incarica Ninetynine di realizzare un evento senza precedenti che sappia amplificare i numerosi messaggi che il Vespucci porta con sé, valorizzando il complesso ecosistema di stakeholder istituzionali coinvolti: Forze Armate, Governo, Enti Locali, due regate internazionali e l'opinione pubblica. Il risultato è un evento pionieristico che reinterpreta gli schemi classici delle cerimonie militari intorno a due driver: autenticità ed inclusività. L'innovativa scelta di integrare la cerimonia con le autentiche manovre dell'equipaggio ha conferito unicità ed emozioni straordinarie. Il video mapping, il passaggio delle Frece Tricolori, l'inchino dell'AV8 della Marina Militare hanno beneficiato di una copertura mediatica imponente: oltre 100.000 i presenti; la diretta di RAI 1 e Discovery Channel con share totale del 17%; oltre 50 milioni di contatti e 1.7 milioni di interazioni sui social; una valorizzazione media dell'esposizione pubblicitaria stimata di 32 milioni di euro.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Ninetynine  
**Cliente:** Ministero della Difesa e Marina Militare, in collaborazione con Difesa Servizi  
**Data:** 1 luglio 2023  
**Target:** istituzioni e pubblico  
**Location:** Porto Antico di Genova  
**Budget:** n.d.



# iliadLAND

**TBWA**  
**iliad**

Il 27 e 28 maggio 2023, al RIDE Milano, iliad ha celebrato i suoi primi 5 anni aprendo le porte di iliadLAND: una grande festa a base di intrattenimento e musica, aperta a tutti e a ingresso gratuito. Gli asset del brand – trasparenza, semplicità, centralità dell'utente – hanno trovato espressione e concretizzazione in un evento innovativo e proprietario che ha mixato il format del parco divertimenti all'ispirazione dei grandi festival musicali.

Attrazioni completamente personalizzate, food experience, intrattenimento dedicato e spettacoli di performer e DJ set di fama nazionale e internazionale: questi gli ingredienti di un compleanno indimenticabile al quale hanno partecipato 27.800 persone.

## SCHEDA

**Organizzatore:** TBWA\Italia

**Cliente:** iliad

**Data:** 27-28 maggio 2023

**Target:** tutta la popolazione da 0 a 99 anni

**Location:** RIDE Milano - Via Valenza, 2 - 20137 Milano

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000





# Diabolik

## Colpo alla Rinascente

Per celebrare i 60 anni di Diabolik, il fumetto prende vita con un live stunt in cui il Re del Terrore e la partner Eva si sono calati lungo la facciata dello store tra manovre furtive ed acrobazie, mettendo fuori gioco la sorveglianza per impossessarsi del prezioso fumetto, ambientato proprio nello store meneghino, e custodito nel caveau di Rinascente.

La performance ha consentito così di rivelare l'allestimento delle vetrine di Rinascente Milano, realizzato in suo onore per presentare la capsule e celebrare uno dei fumetti più iconici del nostro Paese.

### SCHEMA

**Organizzatore:** TBWA & Integer Italia

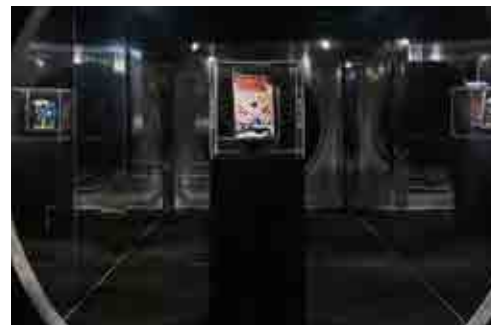
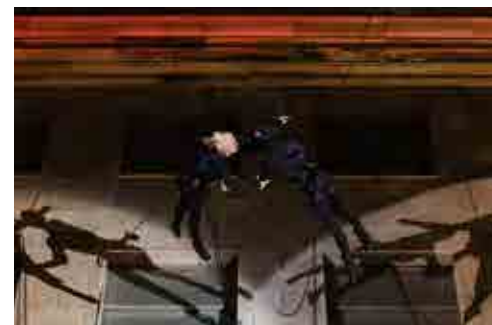
**Cliente:** Rinascente

**Data:** 3 novembre 2022

**Target:** giornalisti, istituzioni, stakeholder, cittadini, influencer e VIP

**Location:** Rinascente Milano, Piazza del Duomo

**Budget:** n.d.



# #CheSpettacolo!



GRUPPO  
MONDADORI

Una festa 'a tempo': settanta minuti di intrattenimento dal vivo per celebrare la creatività e le diverse anime dello spettacolo che Tv Sorrisi e Canzoni racconta in prima linea da 70 anni. Oltre 600 ospiti e protagonisti del mondo della Tv, della musica, del cinema e del teatro si sono riuniti a Milano, nella scenografica cornice degli East End Studios.

Una consolle dj si è trasformata in un palco led, in cui si sono alternati presentatori, attori, cantanti, musicisti, comici, dj. Da Gabriele Corsi a Drusilla, da Francesco Gabbani a Michelle Hunziker, da dj Mazai a Pio & Amedeo, e ancora, Nicola Savino, Gerry Scotti e Tananai: ciascuno di loro ha dato vita a una performance a sorpresa, stupendo il pubblico con effetti speciali, showcase, monologhi inediti, sketch e tante risate.

## SCHEMA

**Organizzatore:** YAM112003

**Cliente:** Fondazione Diversity

**Data:** 21 giugno 2023

**Target:** tutte le persone

**Location:** Teatro Lirico Giorgio Gaber,  
Milano

**Budget:** €200.000 - €300.000





# Noleggiamo tutto quello che serve per il tuo evento

Registrati sul sito per ottenere il  
listino prezzi dedicato agli operatori.

[www.modorent.it](http://www.modorent.it)



+39 380 7883512

Milano - Torino - Vicenza

info@modorent.it

# Salone del Risparmio

**CLINIQ  
BRAND  
SURGERY**

**ASSOGESTIONI**  
Associazione di Esperti Gestiti

Premi Nobel (Joseph Stiglitz 2021..), primi ministri (Gerhard Schroeder 2015..), accademici (Umberto Galimberti 2022..), campioni olimpici (Josefa Idem 2023..), divulgatori (Alberto Angela 2021..), giornalisti (Martin Wolf 2017..), personaggi dello spettacolo (Eva Herzigova 2019..).  
Il Salone del Risparmio dà voce ogni anno a centinaia di relatori che animano una tre giorni in cui si svolgono fino a 14 convegni in simultanea, fruibili anche online, sia in diretta che on demand, grazie alla piattaforma proprietaria FR | Vision.  
Nel 2023 si sono svolte 120 conferenze, di cui il 42% certificate per il rilascio di crediti formativi.  
Tra queste la plenaria inaugurale, aperta dall'intervento del ministro dell'Economia Giancarlo Giorgetti e seguita da 1.346 persone in presenza e 1.445 in streaming.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Assogestioni Servizi

**Cliente:** Assogestioni

**Data:** 16-18 maggio 2023

**Target:** operatori del settore del risparmio gestito (SGR, consulenti finanziari, autorità), giornalisti, studenti e famiglie (risparmiatori)

**Location:** Milano

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Expo Aid 2023

Il più grande evento nazionale dedicato alle persone con disabilità, che coinvolge il mondo del Terzo settore e dell'associazionismo italiano. Due giorni di informazione e formazione, con seminari, un'ampia area espositiva, dimostrazioni e laboratori, ma anche momenti di svago e di intrattenimento con attività ricreative, artistiche e sportive.

Evento realizzato mettendo in campo una serie di tecnologie e risorse per garantire la piena accessibilità e inclusività dei partecipanti (widget accessibilità, live streaming, font e icone anti-dislessia, segnaletica accessibile, braille e mappa tattile, pedane e sollevatori, stenotipia e traduzione simultanea in LIS, accoglienza specializzata, assistenza medica).

## SCHEMA

**Organizzatore:** Ega Worldwide

**Cliente:** Presidenza del Consiglio dei Ministri - Ministro per le disabilità

**Data:** 22-23 settembre 2023

**Target:** stakeholder del mondo della disabilità, delle associazioni e del terzo settore

**Location:** Palacongressi di Rimini e Porto di Rimini

**Budget:** €500.000 - €800.000



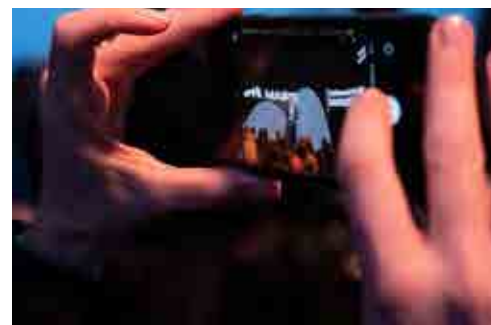
# Unbox The Future



L'obiettivo di Maire era annunciare il piano strategico e la nuova brand identity dell'azienda agli attuali e potenziali nuovi investitori in modo creativo e originale, allontanandosi il più lontano possibile dai classici Capital Markets Day. Essere tra i leader nel settore ingegneristico e nello sviluppo di tecnologie per la transizione energetica, necessitava presentare i propri risultati e i progetti futuri in modo unico e impressionante, in un viaggio coinvolgente attraverso dati e sensi. Questo è quello che abbiamo fatto in occasione del Capital Markets Day del gruppo Maire per l'annuncio agli investitori del piano strategico e della nuova brand identity, all'interno di una scatola nera con pareti led costruita nella hall della sede dell'azienda presso le Torri Garibaldi a Milano.

## SCHEMA

**Organizzatore:** LaTarma Entertainment  
**Cliente:** Maire  
**Data:** 2 marzo 2023  
**Target:** target specifico di investitori del gruppo societario.  
**Location:** sede di Maire Tecnimont presso le Torri Garibaldi a Milano  
**Budget:** n.d.



# L'impresa del futuro: cooperativa, per tutti

Il 41° Congresso Legacoop è una combinazione unica di musica, tecnologia e cooperazione: un evento dinamico e coinvolgente, fuori dai convenzionali format congressuali. Mediagroup98 fa della prestigiosa location il centro di uno storytelling fondato sulla metafora musicale: una 'sinfonia' che pervade la tre giorni con un format fresco che comunica condivisione e creatività: interventi brevi e pillole video dettano il ritmo, mentre sul palco si susseguono interventi di rappresentanti del mondo politico e imprenditoriale, speech di esperti e proposte dei delegati. L'ouverture congressuale è affidata a una performance musicale con effetti video in sincrono e sulla grande scenografia ledwall, che valorizzano il logo del congresso e l'interpretazione degli inni nazionale ed europeo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Mediagroup98

**Cliente:** Gruppo GranTerre

**Data:** 27 febbraio 2023

**Target:** stakeholder del gruppo, GDO, media di settore, comunità finanziaria, istituzioni

**Location:** Villa Cavazza, Corte Della Quadra - Solarà di Bompoto (Mo)

**Budget:** n.d.



# WCD2023

## 25<sup>th</sup> World Congress of Dermatology

**.TriumphGroup**  
experience.emotion.events



Il World Congress of Dermatology (WCD) è un evento itinerante a cadenza quadriennale, che vanta una storia di oltre 130 anni; è infatti uno dei congressi mondiali di dermatologia più riconosciuto, un'occasione di incontro ed aggiornamento per condividere esperienze cliniche e progressi scientifici.

La venticinquesima edizione del Congresso, quella di Singapore, ha trattato le principali aree della dermatologia, dalla pratica clinica alla ricerca, dalla tecnologia all'innovazione, diagnosi e trattamenti, arrivando a coprire un'ampia varietà di interessi e a riservare molte opportunità dedicate a giovani dermatologi, infermieri e professionisti affini, connotando ogni esperienza con colori, sapori e usi del Sud Est dell'Asia.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Triumph Group International

**Cliente:** ILDS International League of Dermatological Societies & DSS Dermatological Society of Singapore

**Data:** 3-8 luglio 2023

**Target:** medici dermatologi, reumatologi, immunologi, oncologi, chirurghi estetici, infermieri e studenti di medicina, farmacisti, specializzandi, sponsor settore dermo-cosmesi

**Location:** Suntec Singapore Convention & Exhibition Centre; Pan Pacific Hotel Singapore

**Budget:** oltre €5.000.000





# Piazza Generali



L'idea nasce dall'ispirazione di riportare all'evento e alla community delle persone di Generali il concetto urbanistico-architettonico della piazza. Offrire alle oltre 5.000 persone l'esperienza di uno spazio aperto, un luogo di incontro e di confronto. Uno spazio sociale. Una piattaforma di relazione, di partecipazione, di racconto, nel quale la comunità di Generali Italia si riconosce, si forma e vive.

E su questa idea, Palazzo delle Scintille, noto anche come "Generali Square Garden", da ex hub vaccinale è stato interamente trasformato con un profondo intervento di riqualificazione e allestimento.

Protagonista il layout scenografico, dichiaratamente ispirato al 'Campo' di Siena, dominato dalla gradinata da 3.000 posti e uno schermo da 50 metri di larghezza.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Alphaomega

**Cliente:** Generali Italia

**Data:** 4 aprile 2023

**Target:** agenti e personale di agenzia del network distributivo commerciale della Compagnia

**Location:** Palazzo delle Scintille, Milano

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Convention Commerciale

## Heineken Italia



La Convention Commerciale, tenutasi giovedì 23 marzo 2023 a Brescia, ha ospitato tutto il Commerce Team di Heineken Italia. È stato un evento itinerante, che ha coinvolto due location. Il Teatro Grande di Brescia dove ha avuto luogo la plenaria per presentare la strategia aziendale coinvolgendo anche ospiti d'eccezione. Areadocks, nostro cliente premium dove gli ospiti hanno trascorso tre momenti principali: le presentazioni della strategia dei canali portata in vita nelle stanze dei Brand (Heineken, Birra Moretti, Ichnusa, Messina); l'experience itinerante in cui si è fatto vivere al team il Dna della marca, attraverso momenti iconici. Infine, live music & dj set per celebrare il nostro lavoro di squadra e i 150 anni di Heineken.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Heineken e Areadocks  
**Cliente:** Heineken Italia  
**Data:** 21 marzo 2023  
**Target:** Evento Interno, tutto il Commerce Team Heineken Italia  
**Location:** Brescia: Teatro Grande e Areadocks  
**Budget:** €400.000-€500.000



# Convention CNV Folletto '23



La Convention CNV è per Folletto l'evento più rilevante dell'anno in termini di motivazione e incentivazione della Forza Vendita. Due giorni di evento che coinvolgono 700 ospiti tra management e premiati.

Un "moving event" che, partendo dal concetto di multiverso, ha messo in scena le sfide e la capacità di adattamento del brand che, proprio grazie alle sue abilità, ha avuto accesso alla Winner Dimension.

Ad accompagnare la rappresentazione dei vari universi, le frasi del Manifesto Folletto che, insieme alle performance, sono diventate parte del flusso creativo che ha visto come protagonisti Giorgia Surina, Cinzia Pennesi, Max Angioni, Extraliscio, Gaga Symphony Orchestra, Dj Efee, coreografie di Laccio e con la straordinaria partecipazione di Drusilla Foer e gli Articolo 31.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Gruppo Peroni Eventi

**Cliente:** Vorwerk Italia

**Data:** 31 marzo - 1 aprile

**Target:** agenti di vendita

**Location:** Bologna Congressi

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Lyreco New Season



Per dare concretezza alla volontà di Lyreco di realizzare un evento davvero diverso, abbiamo ragionato su un'un'idea che andasse oltre tutti i canoni, i paradigmi e le tradizioni del mondo degli eventi aziendali.

L'unica concessione è stata il palco e lo schermo per i contenuti e relatori. Tutto il resto è stato realizzato in modo assolutamente unconventional: platea senza sedie con in pubblico seduto in salottini in stile casalingo con lampada e popcorn, speech solo in parte in stile verticale top down, bensì contenuti on demand che il pubblico sceglieva collegandoli ai contenuti dei relatori. Tutto il mood e l'idea creativa è stata legata al mondo delle piattaforme televisive in stile Netflix intitolando l'evento 'Lyreco New Season, il futuro è fuori ora'.

## SCHEMA

**Organizzatore:** H&A Motivation Company  
**Cliente:** Lyreco  
**Data:** 23 luglio 2023  
**Target:** Forza Vendita  
**Location:** Villa Erba Cernobbio  
**Budget:** €200.000 - €300.000



# Light Up Life



NOLOOP



Le giornate consecutive di evento hanno previsto una prima dedicata alla capogruppo A2A e le successive due destinate alle Business Unit del Gruppo. La mattina è stata destinata agli speech istituzionali del Presidente, del CEO, e dell'HR Director.

Dopo il lunch, i partecipanti sono stati invitati a prendere parte a 10 sessioni di workshop suddivisi in 10 sale, alla fine dei quali si sono riuniti tutti di nuovo in plenaria per le chiusure dei lavori.

Sempre in un susseguirsi di argomenti seri alternati a momenti di grande show, durante l'evento si sono alternati diversi testimonial/keynote speaker che hanno parlato di mare, montagna, sostenibilità, circolarità, il tutto sottolineato da scenari diversi che avvolgono relatori e partecipanti: una continua immersione nei contenuti.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Noloop

**Cliente:** A2A

**Data:** 21-23 Novembre 2022

**Target:** Business Group

**Location:** Brixiaforum, Brescia

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Convention Agenti 2023

piano b



Piano B progetta un nuovo format per l'annuale convention dedicata alla forza vendita di AXA. È il primo anno dopo la pandemia in cui ci si ritrova di nuovo di persona. La convention si tiene allo storico Palazzo dei Congressi di Roma e vede la partecipazione di 850 ospiti in presenza e 500 connessi in diretta streaming.

Gli ingredienti: una grande installazione partecipativa fotografica che vede gli agenti essere protagonisti dell'allestimento, un palco centrale che riprende il logo del brand, la conduzione di Andrea Delogu, gli interventi di Lucia Ocone, attrice e comica, e Nico Acampora, fondatore del progetto PizzAut-Nutriamo l'Inclusione, che hanno accompagnato per 6 ore gli ospiti.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Piano B

**Cliente:** AXA

**Data:** 23 giugno 2023

**Target:** dipendenti dell'azienda

**Location:** Roma, Palazzo dei Congressi

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Adecco Kick Off 2023

piano b



THE ADECCO GROUP

Piano B organizza per la seconda volta l'annuale kick off di Adecco: 3.000 persone da tutt'Italia e 1.000 collegate in streaming. Per l'occasione è stato progettato un palco centrale e un allestimento leggero e funzionale, altamente sostenibile.

Una maratona di 11 speaker, proiettati su 12 schermi in tutta la location.

La stessa venue, Superstudio Maxi a Milano, è stata poi trasformata per un concerto live di Max Pezzali e dei Tropea, seguiti da un big party a tema 'Peaky Blinders'.

L'evento è stato condotto da Ambra Angiolini, che ha accompagnato l'AD in una conduzione ironica, leggera e mai banale che ha reso la sessione di lavori di 3 ore un meeting divertente e godibile.

L'evento è stato ecoprogettato dal principio e sono state tracciate e documentate tutte le emissioni di CO<sub>2</sub>.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Piano B

**Cliente:** The Adecco Group

**Data:** 20 dicembre 2022

**Target:** tutto il personale interno dell'azienda

**Location:** Milano, Superstudio Maxi

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Cattolica Porta Futura



La Convention Agenti doveva essere un momento fondativo dal significato profondo per generare un sentimento di appartenenza che facesse sentire gli Agenti orgogliosi di fare parte della più importante realtà assicurativa italiana.

La Porta è stato il filo conduttore dell'impianto narrativo e dell'evento, dall'ingresso con portali interattivi fino all'imponente scenografia. Sul palco ha preso vita una storia fatta di persone che hanno varcato questa porta individuando un orizzonte comune.

I talk pomeridiani sono stati aperti da numeri e dati analizzati dalla sondagista Alessandra Ghisleri. Porta Futura non sarebbe stata la stessa senza le persone delle agenzie: a 3 settimane dalla Convention abbiamo chiesto di aprirci le loro porte inviandoci un video per conoscerci meglio.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Superhumans

**Cliente:** Cattolica Assicurazioni

**Data:** 2-3 ottobre 2023

**Target:** agenti

**Location:** Palazzo delle Scintille, Milano

**Budget:** €800.000 - €1.000.000





# EXTRAordinary People

## Coca-Cola HBC Italia Sales Convention 2023



Primo grande evento in presenza per celebrare le persone e motivare la forza vendita e i dipendenti dell'azienda.

Una sales convention memorabile e di forte impatto, dopo un lungo periodo di distanziamento.

Un invito a tutti i partecipanti a vivere con entusiasmo l'appartenenza al brand, ma anche l'identificazione con i valori di un'azienda da sempre leader.

1.300 persone al centro della scena.

### SCHEMA

**Organizzatore:** The Next Event + The Next World | NEXT GROUP

**Cliente:** Coca-Cola HBC Italia

**Data:** 23 aprile 2023

**Target:** 1.300 dipendenti provenienti da tutta Italia.

**Location:** Fiera di Rimini

**Budget:** €500.000 - €800.000



# La nostra forza Noi

## Costruiamo insieme il nostro futuro



Next organizza la prima Convention Zurich Bank mai avvenuta. 1.100 partecipanti e due giorni di lavori presso il Super Studio + di Milano.

Un fronte Led di 38 metri e numerosi contenuti realizzati e gestiti per i numerosi speaker a palco. Una cena placé e un pranzo standing come momenti di condivisione e networking, un intervento motivazionale con Jury Chechi e uno spettacolo di intrattenimento di Enrico Bertolino.

Una presentatrice d'eccezione, Laura Chimenti, capace di tracciare la linea tra i vari interventi singoli e talk.

### SCHEMA

**Organizzatore:** The Next Event + The Next World | NEXT GROUP

**Cliente:** Zurich Bank

**Data:** 23-24 marzo 2023

**Target:** Interni e Consulenti

**Location:** Super Studio +

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# CNH Dealer Convention

## Europe 2023



A dieci anni dal precedente incontro con i Dealer, CNHi con i suoi brand New Holland e Case IH, ha voluto riunire la forza vendita per presentare i nuovi prodotti e servizi unitamente alle nuove strategie di approccio al mercato. Con l'occasione si è voluta presentare la gamma completa dei brand e creare occasioni di analisi approfondite dei singoli mercati.

La gamma dei veicoli si è dispiegata intorno agli ospiti, li ha abbracciati e si è mostrata in tutta la sua possenza. Il concept ha reso i veicoli elementi costitutivi della scenografia creando così un continuum con le ali dei prodotti esposti.

Ciascuno dei nuovi modelli e dei servizi ha avuto un reveal dedicato per sottolineare, anche quantitativamente, l'impegno dei brand nel lanciare sul mercato un'offerta sempre adeguata.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Triumph Group  
International

**Cliente:** CNHi

**Data:** 6-9 marzo 2023

**Target:** dealer europei, management  
internazionale, best client

**Location:** Madrid - IFEMA

**Budget:** n.d.



# ShowME



‘Show Me’ è l’evento nato per riaffermare l’ambizione dei Mestieri d’eccellenza di LVMH e per valorizzare i collaboratori del Gruppo che svolgono queste professioni di savoir-faire, nonché per formare nuovi talenti così da salvaguardare e trasmettere questi saperi unici alle nuove generazioni.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Xister Reply

**Cliente:** Mestieri d’Eccellenza LVMH

**Data:** 17 novembre 2022

**Target:** evento interno

**Location:** Milano - Teatro Lirico Giorgio Gaber

**Budget:** €300.000 - €400.000



# FRONTROW

**Per ogni evento che ci sarà, il team di produzione che non c'era.**

Frontrow è la realtà innovativa nella produzione esecutiva di eventi di ogni natura.

Questo progetto nasce dall'unione di professionalità di lungo corso che hanno deciso di mettere in campo le proprie competenze per offrire una serie di servizi affidabili e con un tratto distintivo in comune: l'eccellenza.

Un team con radici forti e condivise: senso di responsabilità, dedizione e competenza, insieme ad una grande attenzione nei confronti delle persone.

Grazie a coordinamento, affiatamento e dialogo costante, il team di Frontrow opera in continua condivisione e confronto per la realizzazione dei progetti assegnati.

Queste caratteristiche ci permettono di fornire servizi alle agenzie di eventi e ad ogni altro attore del settore dell'intrattenimento, dello spettacolo e della cultura.



ANALISI DEI PROGETTI  
E CONSULENZA



DIREZIONE DI  
PRODUZIONE



DIREZIONE DI  
TECNICA



SITE  
MANAGEMENT



STAGE  
MANAGEMENT



PROJECT  
MANAGEMENT



Via Colico, 36 - 20158 Milano (MI)



info@frontrowproduction.it



saudi@frontrowproduction.it

# glo™ for art

2night.  
glo

‘glo™ for art’ è diventato in poco più di un anno il principale format artistico branded in Italia: glo™, come un moderno mecenate, supporta grandi artisti (ad oggi: Nico Vascellari, Agostino Iacurci e Olimpia Zagnoli) nella realizzazione di opere originali di grande impatto, esposte e portate a contatto del pubblico in location straordinarie.

Il progetto ha generato un grande successo di visitatori, una copertura stampa straordinaria e una credibilità unica nel mondo dell’arte: le opere prodotte sono state, infatti, acquisite dalle massime istituzioni nazionali (MAXXI, Triennale e Gnam), facendo entrare ‘glo™ for art’ a pieno titolo nell’immaginario artistico in modo permanente.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** BAT

**Data:** 17 aprile - 1 ottobre 2023

**Target:** fumatori di 25-40 anni che vivono in città

**Location:** Milano (Darsena), Milano (Triennale), Milano (Fuorisalone), Roma (Maxxi), Roma (Galleria Nazionale d’Arte Moderna e Contemporanea)

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Milano Beauty Week 2023

**ACCESS**  
LIVE COMMUNICATION  
COSMETICA ITALIA  
associazione nazionale imprese cosmetiche

La Milano Beauty Week, nata da Cosmetica Italia in collaborazione con Cosmoprof ed Esxence, ha promosso la bellezza, elemento intrinseco della cultura umana e aspetto centrale della cultura italiana. Ha messo in luce la filiera cosmetica quale eccellenza del Made in Italy nel mondo, sotto la guida dei seguenti valori: innovazione, sostenibilità, emozione e inclusione.

Attraverso talk, convegni ed esperienze, e una copertura mediatica crossmediale, ha valorizzato i gesti legati all'igiene, alla cura di sé, al benessere, alla prevenzione e alla protezione. Ha messo in evidenza anche la bellezza come valore sociale, legata ai concetti di autostima, amore di sé e dell'altro.

Per l'occasione, infatti, è stata organizzata una grande raccolta fondi a favore della Onlus 'La forza e il sorriso'.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Cosmetica Italia/Access Live Communication  
**Cliente:** Cosmetica Italia  
**Data:** 26 settembre - 2 ottobre 2023  
**Target:** cittadini, aziende, PR, istituzioni  
**Location:** Palazzo Giureconsulti, Palazzo Castiglioni, 7 temporary tra Via Mercati e Piazza Duomo, un tram.  
**Budget:** €200.000 - €300.000



# Changing Cities.



ARDIAN

Una mostra fotografica aperta al pubblico, allestita all'interno di un cantiere, realizzata in partnership con Magnum Photos, per stimolare una pubblica riflessione sulla rigenerazione urbana in Italia e nel mondo.

Un progetto completamente integrato in un luogo dalla forte componente storica e culturale per la città di Milano.

Un allestimento che non vuole trasfigurare lo spazio cantiere in un luogo finito come se si trattasse delle sale di un museo, ma anzi vuole esaltare il genius loci e restituire il dinamismo di uno spazio in continua trasformazione.

In ragione di ciò gli elementi espositivi vengono ricavati utilizzando moduli da ponteggio che nell'adattarsi alla location creano un percorso narrativo che non copre il cantiere ma vive in simbiosi con esso.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Adverteam | NEXT GROUP

**Cliente:** Ardian Real Estate

**Data:** 30 marzo - 2 aprile 2023

**Target:** una mostra gratuita aperta al pubblico che si rivolge non solo all'intera cittadinanza ma anche a stampa, stakeholder, investitori, top client e istituzioni.

**Location:** Palazzo Casa Oldrati, Via Santa Margherita 11, Milano

**Budget:** €400.000 - €500.000





# Immaginando il futuro.

## Leonardo da Vinci: l'anima del genio italiano



'Imagining The Future. Leonardo Da Vinci: in the Mind of an Italian Genius': in occasione dell'inaugurazione della nuova sede di Confindustria a Washington, all'interno del più ampio progetto Confindustria nel mondo, una mostra monografica su Leonardo da Vinci simbolo di innovazione e saper fare tipico delle imprese italiane.

12 tavole del Codice Atlantico, selezionate dal direttore della Veneranda Biblioteca Ambrosiana Monsignor Alberto Rocca, per la prima volta negli Stati Uniti. Un'iniziativa dall'altissimo valore artistico e simbolico per celebrare la capacità di saper fare e il genio della mente italiana, possibile grazie al contributo di partner d'eccezione come Intesa Sanpaolo, ITA Airways, 24 ORE Cultura, Dolce&Gabbana, Dompé, Pirelli, Sistemi Formativi Confindustria e Trenitalia.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Adverteam | NEXT GROUP

**Cliente:** Confindustria

**Data:** 20 giugno - 20 agosto 2023

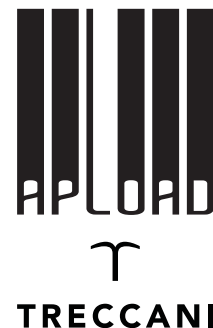
**Target:** Consumers Citizens (0-90 anni) - Media - Istituzioni - Business Community

**Location:** Martin Luther King Jr. Memorial Library, Washington DC

**Budget:** n.d.



# Il mito, dalle origini alla storia



Il viaggio, da tempi immemorabili, è stato il principale mezzo di esplorazione e apprendimento per l'umanità. Oggi che spostarsi è estremamente semplice, però, l'essenza del viaggio sembra essersi smarrita, trasformandosi in una semplice abitudine.

Chi meglio di Treccani può riscoprire il significato più profondo della parola viaggiare? Attraverso delle innovative crociere culturali, Treccani vuole diffondere il sapere attraverso viaggi unici.

Nell'edizione del 2023 il programma si ispira dalle epiche narrazioni de L'Iliade e L'Odissea e dalle leggende delle Muse. Ogni giorno di navigazione è dedicato a una Musa, creando nove giornate di viaggio arricchite da eventi, spettacoli, workshop, mostre e soprattutto tante, tante storie.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Apload

**Cliente:** Treccani

**Data:** 30 aprile - 9 maggio 2023

**Target:** 35-70

**Location:** MSC Splendida

**Budget:** €200.000 - €300.000



# Light is Life.

## Festa delle Luci A2A

‘Light is Life. Festa delle Luci A2A’ ha trasformato Bergamo e Brescia in due vere e proprie gallerie d’arte a cielo aperto, grazie alla presenza di 30 opere di 17 artisti nazionali e internazionali. Le opere luminose scelte per il festival e quelle site specific realizzate ad hoc, hanno creato un dialogo con i luoghi delle città che le hanno ospitate, contribuendo a raccontarne la storia e la cultura e a sottolinearne gli aspetti più interessanti. Un dialogo reso possibile grazie a un attento studio svolto dalla direzione artistica del festival, teso a valorizzare il panorama culturale del territorio attraverso un’attenta selezione delle installazioni e della loro collocazione sul territorio. Valore aggiunto riconosciuto dalle Istituzioni, dalla cittadinanza e dal mondo dell’Arte che ha raccontato la manifestazione attraverso documentari, servizi e decine di articoli sul Giornale dell’Arte, Sky Arte, Artribune, Exhibart e tutti i principali media di settore.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Casta Diva Ideas

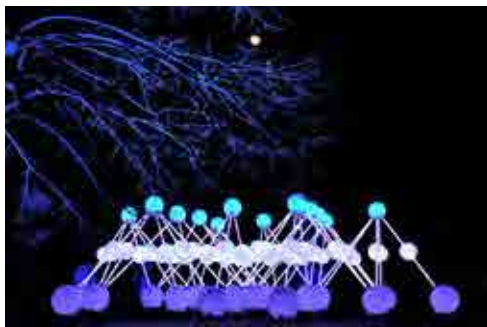
**Cliente:** a2a

**Data:** 10-26 febbraio 2023

**Target:** 18-65+ anni, appassionati di arte e di cultura, residenti in Lombardia e stranieri alla ricerca di nuovi linguaggi artistici

**Location:** Bergamo e Brescia

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Cous Cous Fest



COMUNE DI  
SAN VITO LO CAPO

Il Cous Cous Fest è un'alchimia che da 26 anni si svolge, sul finire di settembre, in un angolo mozzafiato di Sicilia, sulla spiaggia caraibica di San Vito Lo Capo (Tp). Una festa di sapori e civiltà che celebra il cous cous come piatto della pace, capace di fare incontrare chef e ospiti provenienti da tutto il mondo all'insegna dello scambio e dell'amicizia tra i popoli.

Il Campionato del mondo di cous cous, il cuore dell'evento, è una gara nel segno dell'amicizia e della condivisione. Dieci giorni di ricette di cous cous per tutti i gusti al villaggio gastronomico, mentre le ricette d'autore interpretate da chef italiani e internazionali sono le protagoniste di cooking show e masterclass stellate.

E ancora incontri culturali, talk, dibattiti, spettacoli e concerti gratuiti ogni sera sulla magnifica spiaggia di San Vito Lo Capo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Feedback in collaborazione con il Comune di San Vito Lo Capo

**Cliente:** Feedback e Comune di San Vito Lo Capo

**Data:** 15-24 settembre 2023

**Target:** visitatori siciliani, italiani e stranieri, turisti ed escursionisti. Età trasversale: adulti, giovani, famiglie con bambini. Evento mass market e 'pop'

**Location:** San Vito Lo Capo, Trapani, Sicilia

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# La Città dei Bambini e dei Ragazzi



La Città dei Bambini e dei Ragazzi si contraddistingue per i contenuti, le installazioni interattive e i laboratori tematici sviluppati in partnership con le più importanti realtà in ambito formativo: Fondazione Montessori e molte altre hanno collaborato attivamente con Filmmaster e Costa Edutainment con il fine di sviluppare un ambiente liberamente esplorabile per bambini e ragazzi, condividendo un'esperienza formativa unica con la famiglia o gli insegnanti. Inoltre, tutti i contenuti proposti attualmente all'interno del museo saranno rinnovati in futuro, adattandosi ai feedback ricevuti dai visitatori e dando seguito, sul lungo periodo, al proposito di offrire un'esperienza educativa sempre al passo con i tempi.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Filmmaster

**Cliente:** Costa Edutainment

**Data:** 2 dicembre 2022 - 16 ottobre 2023

**Target:** famiglie residenti e turisti - con figli di età compresa tra i 2 e i 12 anni, istituti scolastici primari e secondari di primo grado

**Location:** Porto Antico di Genova

**Budget:** €4.000.000 - €5.000.000



# Candidatura per Roma Expo2030

Filmmaster 

ega worldwide 



RomaItalia  
EXPO 2030

La candidatura di Roma per Expo 2030 ha raggiunto la sua massima spettacolarità attraverso gli eventi 'Humanlands': non solo una serie di live show, ma un insieme di valori universali – espressi attraverso un format dallo spiccato valore artistico e produttivo.

L'evento di Roma ha raccontato, attraverso le arti performative, i grandi temi di Expo – legandoli al territorio di Roma attraverso la sua più grande icona, il Colosseo; l'evento di Parigi, ospitato nei giardini settecenteschi dell'Ambasciata Italiana, ne ha mantenuto inalterati valori, simboli e drammaturgia.

Al centro della scena le eccellenze artistiche italiane e francesi, immerse in una scenografia ispirata ai giardini di Villa d'Este a Tivoli – un luogo dove acqua e luce diventano elementi generatori di vita.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Filmmaster ed Ega Worldwide

**Cliente:** Comitato per Expo 2030 Roma

**Data:** 21 aprile - 30 ottobre 2023

**Target:** BIE - Bureau International des Expositions

**Location:** Roma Colosseo; Ambasciata Italiana a Parigi

**Budget:** €4.000.000 - €5.000.000



# McArthurGlen

## The Sound of Colors



Serravalle Designer Outlet (parte del gruppo McArthurGlen), da tempo promotore di tematiche legate alla diversity&inclusion, celebra il Milano Pride 2023 con 'The Sound of Colors', un evento musicale pubblico e gratuito pensato per inserirsi all'interno del contesto milanese con una lineup d'eccezione.

La serata porta on stage il liveset di due artisti del calibro di Dargen D'Amico e Beatrice Quinta, accompagnati dallo show di voguing firmato dalla coreografa La B. Fujiko e dal Dj Set di Polly&Pamy.

L'evento prende forma in un'area di Milano già fortemente connessa con il brand: Parco Ravizza, oggetto di un intervento di urbanismo tattico curato da McArthurGlen nel 2022, e trasformato durante la Pride Week grazie a una spettacolare proiezione colorata sulle fronde degli alberi.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Jungle

**Cliente:** Serravalle Outlet Mall

**Data:** 22 giugno 2023

**Target:** Millennial, Gen-Z.

**Location:** Parco Ravizza, Milano

**Budget:** €200.000 - €300.000



# Autumn Beat Fest



L'Autumn Beat Fest è stato un progetto con la missione di unire persone che non possono parlarsi e rappresentare storie che di solito non si sentono ogni giorno, né in televisione né sui social. Un festival il cui scopo era mettere al centro e valorizzare la cultura urban sotto tutti i vari punti di vista.

È stato un evento che ha avuto una rilevanza culturale importante e che merita la possibilità di essere ripetuto, con obiettivi, capienza e palinsesto ancora più ambiziosi.

## SCHEMA

**Organizzatore:** LaTarma Entertainment

**Cliente:** Prime Video Italia

**Data:** 5 novembre 2022

**Target:** Generazione Z

**Location:** Alcatraz

**Budget:** n.d.





# Corona Sunsets



Una vera e propria avventura che si è protratta per mesi, un progetto integrato per celebrare il tramonto e posizionare Corona come la birra dell'aperitivo.

Dalle 'Sunsets Hours' (100 serate in 50 locali) alle 'Sunsets Sessions' (Milano e Napoli), fino al main event 'Corona Sunsets Festival', al Teatro del Silenzio di Lajatico, a casa del Maestro Andrea Bocelli, per l'unica tappa italiana del global tour 2023.

Al centro di tutto lo spettacolo per il pubblico: Dj Set, live music, performance di danza e acrobazie, attività di intrattenimento, workshop creativi e momenti educativi dedicati ai temi della sostenibilità e dell'upcycling.

Abbiamo coinvolto il piccolo borgo toscano insieme ai suoi artisti e promosso la cucina locale, contribuendo così a conferire una dimensione italiana a un progetto di rilevanza internazionale.

## SCHEMA

**Organizzatore:** LiveZone

**Cliente:** AB InBev

**Data:** 27 maggio - 22 luglio 2023

**Target:** pubblico generico, età media 30 anni

**Location:** Festival: Lajatico (PI); Sessions: Milano, Napoli; Hours: Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia

**Budget:** n.d.



# Limitless Experiences

by ALL - ACCOR



Le 'Limitless Experiences by ALL' sono esperienze esclusive organizzate in Italia, Spagna, Portogallo e Grecia per i top client del gruppo ACCOR – provenienti da ogni parte del mondo – che vengono condotti alla spettacolare scoperta di storie, cultura, passioni e stili di vita di ogni territorio in cui viene realizzato l'evento. Attività ogni volta diverse, svolte in maniera esclusiva: monumenti a porte chiuse, visite guidate private, luoghi inaspettati, esperienze culinarie studiate ad hoc. Le due giornate di evento sono un susseguirsi di performance artistiche di diverso genere: arte, musica, danza, alta cucina. I partecipanti hanno sempre l'opportunità di conoscere in prima persona rinomati artisti, curatori, specialisti di vario genere, chef e personaggi di talento.

## SCHEDA

**Organizzatore:** LiveZone

**Cliente:** ACCOR

**Data:** da settembre 2022 a oggi

**Target:** Top Client di ALL Live Limitless - il programma fedeltà del gruppo ACCOR – provenienti da ogni parte del mondo. In media a ogni evento partecipano 30 persone (generalmente coppie) con un'età media di 45 anni.

**Location:** Roma, Barcellona, Siviglia, Porto, Atene, Cagliari, Villasimius, Genova, Gallipoli

**Budget:** fino a €50.000 (per ogni evento)



# Balloon Museum



**Balloon**  
MUSEUM

Balloon Museum è un format creato da un team curatoriale che progetta e allestisce mostre d'arte contemporanea con opere che hanno l'aria come elemento distintivo.

Un viaggio tra installazioni fuori scala dalle forme inaspettate in cui l'interazione con lo spettatore è posta al centro dell'esperienza. Arte da toccare quindi, da vivere e condividere, mai statica, che crea una relazione innovativa con il fruitore, dando vita a un percorso esperienziale di socializzazione.

Questo approccio non convenzionale alla cultura affascina e incuriosisce adulti e bambini, appassionati e curiosi, e sta contribuendo ad affermare l'Inflatable Art come uno dei più acclamati movimenti Pop al mondo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Lux Eventi

**Cliente:** Lux Eventi

**Data:** Milano: 23 Dicembre 2022- 12 Febbraio 2023; Madrid: 18 Marzo - 23 Luglio 2023; Napoli e New York ancora in corso

**Target:** 00-99

**Location:** Milano (Superstudio), Madrid (Casa de Campo)

**Budget:** oltre €5.000.000



# Christmas World



Christmas World è il format che celebra le suggestive atmosfere natalizie, immergendo gli spettatori in un viaggio attraverso gli scorci iconici di diverse città del mondo, riprodotti con grande maestria da scenografi e artisti italiani.

La manifestazione è un viaggio che crea una connessione profonda con il pubblico e che ancor di più si propone come un'opportunità per esplorare emozioni autentiche e spostare i limiti dell'immaginazione lì dove vive la fantasia.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Lux Eventi

**Cliente:** Lux Eventi

**Data:** 3 dicembre 2022 - 9 gennaio 2023

**Target:** 00-99

**Location:** Parco di Villa Borghese a Roma,

**Budget:** €3.000.000 - €4.000.000



# *This is Wonderland*



THIS IS  
WONDERLAND

Ogni giorno, a Roma, il Giardino delle Cascate al Laghetto dell'Eur si è trasformato come per magia in una favola dal vivo, per raccontare uno dei più bei classici della letteratura, 'Alice nel Paese delle Meraviglie' scritto da Lewis Carrol nel 1865.

Una rilettura del tutto nuova, quella di This is Wonderland, in cui ogni spettatore diventa il protagonista della propria avventura e l'autore di una storia alternativa, dove solo chi sa perdersi può varcare la soglia dell'immaginazione.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Lux Eventi

**Cliente:** Lux Holding

**Data:** 6 Luglio - 5 Novembre 2023

**Target:** 00-99

**Location:** Roma, il Giardino delle Cascate al Laghetto dell'Eur

**Budget:** €3.000.000 - €4.000.000



# Moving Data

Moving Data è un'esposizione interattiva di data art che mostra la rete di infrastrutture e servizi di Mundys, nonché l'impegno del Gruppo per la sostenibilità. Con Moving Data, Mundys mette le persone al centro, coinvolgendole attivamente nella co-creazione dell'opera. I viaggiatori, infatti, hanno potuto interagire con l'installazione approfondendo i dati legati a 4 aree tematiche strettamente legate al brand: servizi per la mobilità, sostenibilità, autostrade, aeroporti. Le luci, la musica e i colori, creando uno spazio immersivo e onirico, offrivano uno sguardo coinvolgente e dinamico sulle innovazioni e le soluzioni messe in campo da Mundys per migliorare l'esperienza di viaggio quotidiana di passeggeri e viaggiatori.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Media Monks Milan

**Cliente:** Mundys

**Data:** 3 agosto - 20 settembre 2023

**Target:** viaggiatori internazionali

**Location:** Aeroporto Internazionale di Roma Fiumicino

**Budget:** €100.000 - €200.000



# Skate & Surf Film Festival Milano



‘Skate & Surf Film Festival’ è il primo evento internazionale che promuove la cultura del surf e dello skate in Italia. Una vetrina dei film più interessanti del surf e dello skate nazionale e internazionale: documentari per ispirare, diari di viaggio per stimolare, film d’azione per stupire e filmati per ipnotizzare.

Ma ‘Skate & Surf Film Festival’ non è solo film festival: è musica, arte, skate contest, upcycling, market, skate school, progetti sociali, inclusione, incontro e confronto. È una vera celebrazione, una festa dei valori più autentici della cultura del surf e dello skate.

In 7 anni di attività ‘Skate & Surf Film Festival’ è diventato un’istituzione nel panorama milanese e un punto di riferimento a livello internazionale e nel 2023 è approdato negli spazi dell’Exmacello.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Piano B + Block10

**Cliente:** Onde Nostre di Block10

**Data:** 26-28 maggio 2023

**Target:** appassionati, curiosi, amanti dello sport e della natura, amanti della cultura, dell’arte, del cinema, da 0 a 99 anni

**Location:** Exmacello, Viale Molise 62, Milano

**Budget:** €300.000 - €400.000



# PwC - Accademia Carrara

## ‘Sguardi dalla Torre – Botticelli’



PwC, per la prima volta, ha aperto le porte della Torre PwC disegnata da Daniel Libeskind offrendo gratuitamente al pubblico un'esperienza unica: visitare uno dei capolavori del Rinascimento all'interno di un'opera d'arte architettonica godendo di una vista sulla città di Milano a 130 metri d'altezza. L'ultimo piano ha ospitato eccezionalmente un capolavoro di Sandro Botticelli, il 'Ritratto di Giuliano De' Medici' proveniente dalla collezione della Fondazione Accademia Carrara di Bergamo. Un successo di pubblico che ha fatto registrare il tutto esaurito in tutte e sei le giornate di apertura, con oltre 10.000 visitatori. Un successo anche di stampa, con oltre 300 pubblicazioni su tutti i principali media locali, nazionali e internazionali e un buzz sui social con migliaia di action. Organizzata anche un'attività pubblicitaria su tram e bus che hanno incrociato i flussi pedonali e veicolari della città, muovendosi capillarmente sul territorio e garantendo un elevato numero di contatti. Questa iniziativa si inserisce nel più ampio progetto 'PwC per la cultura' attraverso il quale PwC vuole contribuire alla crescita socio-culturale del Paese, creando occasioni di condivisione e restituzione del nostro patrimonio culturale all'interno e all'esterno dell'organizzazione.

### SCHEMA

**Organizzatore:** PwC  
**Cliente:** Accademia Carrara di Bergamo  
**Data:** 26 novembre - 8 dicembre 2022  
**Target:** pubblico milanese (e lombardo) di tutte le età  
**Location:** Torre Libeskind - Piazza Tre Torri, 2, 20145 Milano  
**Budget:** €200.000 - €300.000





# Rom-E

## Ecosostenibilità e Futuro

‘Rom-E Ecosostenibilità e Futuro’, è un festival diffuso di 3 giorni nel cuore di Roma dedicato alla sostenibilità. Ha una doppia anima: teorica, con un articolato convegno di apertura alla Casa del Cinema, e pratica, con 4 aree espositive nel cuore di Roma.

Stand fatti di superficie specchiata per riflettere il contesto urbano in cui sono inseriti in modo da ‘scompare’ e non impattare sulla città che li ospita. All’interno aziende e organizzazioni incontrano il pubblico presentando i loro prodotti e servizi pensati per favorire la sostenibilità ambientale.

Un’intensa proposta di attività di intrattenimento ecosostenibili e a basso impatto energetico per coinvolgere il pubblico e diffondere la cultura del sostenibile, riflettendo insieme sulla sua importanza in modo semplice, con un sorriso.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Sport Network

**Cliente:** Sport Network

**Data:** 6-8 ottobre 2023

**Target:** adulti 25-64 anni, ma con tematiche sviluppate anche per i più piccoli, per radicare sin dalla giovane età la cultura dell’elettrico e del sostenibile

**Location:** Roma: Viale delle Magnolie a Villa Borghese, Piazza Mignanelli (Piazza di Spagna), Largo dei Lombardi a Via del Corso, Ponte Milvio

**Budget:** €200.000 - €300.000



# Enlightening Drone Light Show

**.TriumphGroup**  
experience.emotion.events



500 droni che, sorvolando il Gardens by the Bay, nell'area dei SuperTree Grove di Singapore, hanno dialogato con città e persone.

Uno show che ha empatizzato con le principali attrazioni locali e che ha raccontato e celebrato il rispetto, l'inclusione, la preservazione dell'ambiente e la celebrazione della bellezza.

Un racconto speciale, un dono dal cielo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Triumph Group International

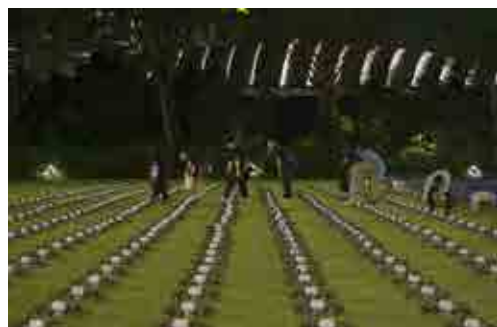
**Cliente:** Camera di Commercio Italiana a Singapore e Singapore Tourism Board

**Data:** 7 luglio 2023

**Target:** la città di Singapore

**Location:** Gardens by the Bay - Super Tree Grove, Singapore

**Budget:** €200.000 - €300.000



# Milano Beauty Week 2023

**ACCESS**  
LIVE COMMUNICATION  
COSMETICA ITALIA  
associazione nazionale imprese cosmetiche

La Milano Beauty Week è un evento che, grazie alla sua portata e alle sue implicazioni culturali, economiche e sociali, rappresenta un'importante opportunità per le pubbliche istituzioni per promuovere il territorio, sostenere l'industria locale e nazionale, e anche dimostrare un impegno verso la sostenibilità, la responsabilità sociale e il benessere della comunità. L'evento ha messo in evidenza l'industria cosmetica italiana come un'eccellenza del Made in Italy nel mondo, ha creato occasioni di promozione della cultura della bellezza e ha ricevuto così il patrocinio di Regione Lombardia, Comune di Milano, Assolombarda, Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi, Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza, Camera Nazionale della Moda Italiana.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Cosmetica Italia/Access Live Communication  
**Cliente:** Cosmetica Italia  
**Data:** 26 settembre - 2 ottobre 2023  
**Target:** cittadini, aziende, PR, istituzioni  
**Location:** Palazzo Giureconsulti, Palazzo Castiglioni, 7 temporary tra Via Mercati e Piazza Duomo, un tram.  
**Budget:** €200.000 - €300.000



# Polis.

## Dai piccoli centri si fa grande l'Italia

Un evento dal doppio carattere. Da un lato quello istituzionale, con l'obiettivo di valorizzare alle massime cariche dello Stato il ruolo di Poste per la coesione economica, sociale e territoriale nei centri urbani con meno di 15 mila abitanti. Dall'altro quello di business, con la presentazione degli Uffici Polis, di 'Spazi per l'Italia', la più grande rete di coworking del Paese, e del nuovo layout degli Uffici Postali.

Un grande sforzo creativo, dall'allestimento al trattamento, ha valorizzato e a tratti alleggerito il profilo istituzionale dell'evento.

Nel rispetto del cerimoniale, il programma ha offerto ai presenti un equilibrato mix tra le esigenze istituzionali, la tradizione culturale del territorio e la contemporaneità digitale dei servizi e delle tecnologie.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Alphaomega

**Cliente:** Poste Italiane

**Data:** 30 gennaio 2023

**Target:** rappresentanti delle Istituzioni e delle Amministrazioni Centrali dello Stato, Sindaci dei piccoli comuni, presidenti e manager delle principali aziende italiane; vertici, top management e dipendenti di Poste Italiane; giornalisti italiani e stranieri

**Location:** Centro Congressi La Nuvola, Roma

**Budget:** n.d.



# Expo Aid 2023

Il più grande evento nazionale dedicato alle persone con disabilità, realizzato in stretta collaborazione con il Ministro per la Disabilità e l'Osservatorio Nazionale; ha coinvolto realtà, enti e associazioni del Terzo Settore, attraverso incontri, seminari, laboratori, dimostrazioni e un'ampia area espositiva con più di 60 stand. Un'occasione per dare rilievo a numerosi progetti innovativi, per fare informazione e condividere idee e prospettive per un futuro più accessibile e inclusivo. L'evento ha ottenuto un pieno appoggio da istituzioni nazionali e internazionali, dalla Rai che ha concesso il patrocinio per la Sostenibilità, da Poste che ha voluto celebrare l'occasione con un annullo filatelico e da numerose associazioni di volontariato presenti e attive durante l'evento.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Ega Worldwide

**Cliente:** Presidenza del Consiglio dei Ministri - Ministro per le disabilità

**Data:** 22-23 settembre 2023

**Target:** stakeholder del mondo della disabilità, delle associazioni e del terzo settore

**Location:** Palacongressi di Rimini e Porto di Rimini

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Candidatura per Roma Expo2030

Filmmaster 

ega worldwide 



RomaItalia  
EXPO 2030

L'evento di Parigi, dalla serie 'Humanlands', si è distinto per la presenza delle più alte cariche istituzionali – tra cui il Presidente del Consiglio Giorgia Meloni: un side show di incredibile bellezza, a margine dell'Assemblea Generale del BIE svoltasi a Parigi durante la stessa giornata. Queste le parole del Presidente durante l'evento: "Roma è unica nel suo genere [...]. La sua forza è la capacità di mettere insieme antico e tecnologico. È la città ideale per l'Expo nell'anno in cui ricorre il centenario del BIE".

L'evento presso l'Ambasciata Italiana rappresenta la concreta prosecuzione di quanto visto a Roma, in uno show applaudito dai più importanti rappresentanti istituzionali e rilanciato da agenzie e testate internazionali come Financial Times, CNN, CBS, Al Jazeera e molte altre.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Filmmaster ed Ega Worldwide

**Cliente:** Comitato per Expo 2030 Roma

**Data:** 21 aprile - 30 ottobre 2023

**Target:** BIE - Bureau International des Expositions

**Location:** Roma Colosseo; Ambasciata Italiana a Parigi

**Budget:** €4.000.000 - €5.000.000



ninety-nine



# Cerimonia di partenza

## Tour Mondiale dell'Amerigo Vespucci

Il 1° luglio 2023 l'Amerigo Vespucci, salpa per il giro del mondo che la porterà per 2 anni in 31 porti di 28 paesi e 5 continenti per rappresentare l'Italia nel mondo. Difesa Servizi incarica Ninety-nine di realizzare un evento senza precedenti che sappia amplificare i numerosi messaggi che il Vespucci porta con sé, valorizzando il complesso ecosistema di stakeholder istituzionali coinvolti: Forze Armate, Governo, Enti Locali, due regate internazionali e l'opinione pubblica. Il risultato è un evento pionieristico che reinterpreta gli schemi classici delle cerimonie militari intorno a due driver: autenticità ed inclusività. L'innovativa scelta di integrare la cerimonia con le autentiche manovre dell'equipaggio ha conferito unicità ed emozioni straordinarie. Il video mapping, il passaggio delle Frece Tricolori, l'inchino dell'AV8 della Marina Militare hanno beneficiato di una copertura mediatica imponente: oltre 100.000 i presenti; la diretta di RAI 1 e Discovery Channel con share totale del 17%; oltre 50 milioni di contatti e 1.7 milioni di interazioni sui social; una valorizzazione media dell'esposizione pubblicitaria stimata di 32 milioni di euro.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Ninety-nine  
**Cliente:** Ministero della Difesa e Marina Militare, in collaborazione con Difesa Servizi  
**Data:** 1 luglio 2023  
**Target:** istituzioni e pubblico  
**Location:** Porto Antico di Genova  
**Budget:** n.d.



# Enlightening Drone Light Show

**.TriumphGroup**  
experience.emotion.events



500 droni che, sorvolando il Gardens by the Bay, nell'area dei SuperTree Grove di Singapore, hanno dialogato con città e persone.

Uno show che ha empatizzato con le principali attrazioni locali e che ha raccontato e celebrato il rispetto, l'inclusione, la preservazione dell'ambiente e la celebrazione della bellezza.

Un racconto speciale, un dono dal cielo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Triumph Group International

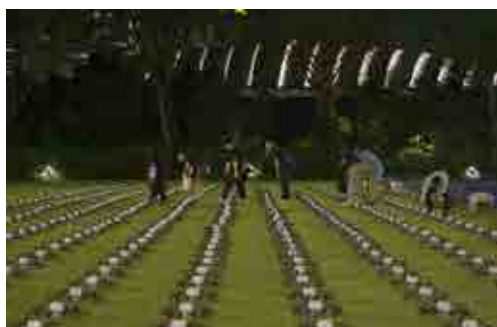
**Cliente:** Camera di Commercio Italiana a Singapore e Singapore Tourism Board

**Data:** 7 luglio 2023

**Target:** la città di Singapore

**Location:** Gardens by the Bay - Super Tree Grove, Singapore

**Budget:** €200.000 - €300.000





# Salone dell'Alto Artigianato Italiano

CITTA' DI  
VENEZIA

Ospitato negli spazi dell'Arsenale di Venezia, il Salone dell'Alto Artigianato è un evento voluto dal Sindaco di Venezia Luigi Brugnaro e organizzato per il Comune dalla partecipata Vela Spa come tributo all'artigianato e alle secolari tradizioni.

Inaugurato dal Sindaco, dall'Assessore allo sviluppo economico della Regione del Veneto Roberto Marcato e dal Ministro per le Riforme istituzionali e la semplificazione normativa Maria Elisabetta Alberti Casellati, ha accolto 104 espositori ed è stato visitato complessivamente da oltre 15.000 persone.

Il Salone ha anche ospitato il convegno 'Il lavoro, strumento di crescita e cambiamento', presente il Ministro del Lavoro e delle politiche sociali Marina Elvira Calderone ed è stato anche occasione per aprire gli spazi dell'Arsenale, gestiti dal Comune.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Vela  
**Cliente:** Comune di Venezia  
**Data:** 28 settembre - 1 ottobre 2023  
**Target:** pubblico generico, comunità locali, buyer, turismo di settore, residenti, professionisti del settore  
**Location:** Arsenale di Venezia  
**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Evento di premiazione

## Maestri d'Ecceellenza



Il Premio 'Maestri d'Ecceellenza' dei Mestieri d'Ecceellenza LVMH è il primo riconoscimento per gli artigiani italiani, e intende sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza del preservare e tramandare alle future generazioni i savoir-faire e le competenze uniche di questo Paese. L'evento di premiazione ha rappresentato il culmine di questa manifestazione riconoscendo il valore dei nove artigiani finalisti e dei 4 vincitori.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Xister Reply

**Cliente:** Mestieri d'Ecceellenza LVMH

**Data:** 19 settembre 2023

**Target:** evento interno e aperto alla stampa

**Location:** Milano, Palazzo Reale (Sala delle Cariatidi)

**Budget:** €50.000 - €100.000



# Salone del Risparmio

**CLINIQ  
BRAND  
SURGERY**  
ASSOGESTIONI  
Associazione di Esperti Gestiti

Il Salone è un polo di formazione multi-target. La rassegna 2023 ha proposto più di 50 conferenze certificate per il rilascio di crediti formativi, oltre a momenti di alta formazione dedicati a specifiche figure professionali, tra cui i consiglieri di amministrazione delle società quotate. Molte anche le iniziative di educazione finanziaria per i non addetti ai lavori, che hanno permesso all'evento di ottenere il patrocinio del Comitato EduFin del ministero dell'Economia. Il progetto 'Il Tuo Capitale Umano' ha, inoltre, attratto 250 studenti interessati a una carriera nel settore finanziario, 120 dei quali hanno sostenuto un colloquio in evento. L'area Educational Corner ha, infine, accolto 15 seminari in collaborazione con 10 enti di formazione, per un totale di 1.282 visitatori coinvolti.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Assogestioni Servizi

**Cliente:** Assogestioni

**Data:** 16-18 maggio 2023

**Target:** operatori del settore del risparmio gestito (SGR, consulenti finanziari, autorità), giornalisti, studenti e famiglie (risparmiatori)

**Location:** Milano

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# La Città dei Bambini e dei Ragazzi



La Città dei Bambini e dei Ragazzi si contraddistingue per i contenuti, le installazioni interattive e i laboratori tematici sviluppati in partnership con le più importanti realtà in ambito formativo: Fondazione Montessori e molte altre hanno collaborato attivamente con Filmmaster e Costa Edutainment con il fine di sviluppare un ambiente liberamente esplorabile per bambini e ragazzi, condividendo un'esperienza formativa unica con la famiglia o gli insegnanti. Inoltre, tutti i contenuti proposti attualmente all'interno del museo saranno rinnovati in futuro, adattandosi ai feedback ricevuti dai visitatori e dando seguito, sul lungo periodo, al proposito di offrire un'esperienza educativa sempre al passo con i tempi.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Filmmaster

**Cliente:** Costa Edutainment

**Data:** 2 dicembre 2022 - 16 ottobre 2023

**Target:** famiglie residenti e turisti - con figli di età compresa tra i 2 e i 12 anni, istituti scolastici primari e secondari di primo grado

**Location:** Porto Antico di Genova

**Budget:** €4.000.000 - €5.000.000



# Padel Trend Expo 2023

**PADEL TREND**



Padel Trend Expo, il primo grande evento internazionale dedicato interamente alla community e industry B2C e B2B del padel. Allianz MiCo Milano 13-15 gennaio '23.

Un 'Concept Expo' innovativo che ha fatto vivere agli oltre 18.000 visitatori una 3 giorni immersiva. Un programma ricchissimo di contenuti coinvolgenti e formativi (intrattenimento, shopping, esibizioni, clinic, iniziative sociali e workshop).

Il padiglione di 18.000mq è diventato un marketplace e un enorme Padel Club con 6 campi da Padel e 2 da Pickelball. Coach e top player si sono alternati con esibizioni e clinic formative. Personaggi del mondo dello spettacolo, ex calciatori ed ex atleti, si sono sfidati intrattenendo il pubblico.

È stato inoltre un momento di formazione per scuole, giovani talenti, persone con disabilità.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Padel Trend - NEXT GROUP

**Cliente:** Padel Trend - NEXT GROUP

**Data:** 13-15 gennaio 2023

**Target:** B2C: appassionati, giocatori, professionisti; B2B: aziende, istituzioni, circoli sportivi, federazioni, media

**Location:** Allianz MiCo Milano Convention Center

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Rom-E

## Ecosostenibilità e Futuro

‘Rom-E Ecosostenibilità e Futuro’, è un festival diffuso di 3 giorni nel cuore di Roma dedicato alla sostenibilità. Ha una doppia anima: teorica, con un articolato convegno di apertura alla Casa del Cinema, e pratica, con 4 aree espositive nel cuore di Roma.

Stand fatti di superficie specchiata per riflettere il contesto urbano in cui sono inseriti in modo da ‘scomparere’ e non impattare sulla città che li ospita. All’interno aziende e organizzazioni incontrano il pubblico presentando i loro prodotti e servizi pensati per favorire la sostenibilità ambientale.

Un’intensa proposta di attività di intrattenimento ecosostenibili e a basso impatto energetico per coinvolgere il pubblico e diffondere la cultura del sostenibile, riflettendo insieme sulla sua importanza in modo semplice, con un sorriso.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Sport Network

**Cliente:** Sport Network

**Data:** 6-8 ottobre 2023

**Target:** adulti 25-64 anni, ma con tematiche sviluppate anche per i più piccoli, per radicare sin dalla giovane età la cultura dell’elettrico e del sostenibile

**Location:** Roma: Viale delle Magnolie a Villa Borghese, Piazza Mignanelli (Piazza di Spagna), Largo dei Lombardi a Via del Corso, Ponte Milvio

**Budget:** €200.000 - €300.000



# Run into the future

## Life Banker BNL BNP Paribas

‘Run into the future’ è l’appuntamento dedicato ai Life Banker di Bnl Bnp Paribas, con l’obbiettivo di formare e informare. Due giorni di eventi strutturati per scoprire e trovare, grazie ai valori dello sport, il proprio ritmo gara. Quel parametro che ogni atleta dovrebbe conoscere quando vuole ottenere dei risultati.

Attraverso un progetto video con oltre 10 corti, abbiamo abbinato gli sport a un’area tematica e ai valori aziendali. Grazie alla testimonianza di campioni come Raffaele Palladino, Simone Perrotta e Giuseppe Abbagnale abbiamo veicolato progetti, valori e obiettivi in un modo del tutto innovativo. Un film emozionale in 3 atti ha reso protagonisti gli 800 partecipanti. Il ritmo è stato scandito da una live band e dalla presenza di Virginia Raffaele e Gabriele Vagnato.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Superhumans  
**Cliente:** BNL BNP PARIBAS  
**Data:** 9-10 ottobre 2023  
**Target:** rete interna  
**Location:** Roma  
**Budget:** €400.000 - €500.000



# Grand Finale 2023

## S.Pellegrino Young Chef Academy



Per la quarta edizione consecutiva, Next Group si riconferma partner di Sanpellegrino nell'organizzazione del Grand Finale: una due-giorni intensa tra East End Studios e l'Hangar Bicocca.

Oltre agli aspetti di ideazione creativa e realizzazione, Next Group ha curato l'intera logistica dell'evento.

Gli East End Studios hanno accolto la competizione e negli spazi sono state allestite 8 cucine professionali, in cui si sono svolte le due sessioni di gara. 15 chef in gara, 15 mentor, una giuria di 5 chef di eccezionale fama internazionale.

All'Hangar, Award Ceremony e Cena di Gala tra 'I Sette Palazzi Celesti' di Kiefer.

### SCHEMA

**Organizzatore:** The Next Event + The Next World | NEXT GROUP

**Cliente:** Sanpellegrino

**Data:** 2-5 ottobre 2023

**Target:** media, influencer, management internazionale, rivenditori e distributori

**Location:** East End Studios, Via Mecenate 86A, Milano - Pirelli Hangar Bicocca, Via Chiese 2, Milano

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000





# Connections by Plenitude + Be Charge

 uniting



plenitude



becharge

Connections è un'installazione unica per esplorare l'importanza della condivisione dei valori fondamentali di Futuro, Innovazione, Sostenibilità e Mobilità, che costituiscono il cuore del brand Plenitude + Be Charge. Il concetto di condivisione è presentato attraverso un linguaggio innovativo e un design all'avanguardia, che includono l'utilizzo di arte interattiva generativa. L'installazione è stata concepita come un'esperienza immersiva e tecnologicamente avanzata. Invita i partecipanti a interagire con gli elementi fisici dell'area esperienziale, dando vita a un'opera d'arte generativa, individuale e collettiva, che visualizza il flusso di energia che muove ogni cosa. Questa experience mira a comunicare il potenziale del cambiamento attraverso il potere delle connessioni.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Uniting Group

**Cliente:** Plenitude + Be Charge

**Data:** 17-23 aprile 2023

**Target:** consumer, stakeholder, community

**Location:** Opificio 31 - Via Tortona 31, Milano

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Run For Inclusion



'Run For Inclusion' è un evento unico che celebra i valori di diversità, inclusione e sostenibilità in modo coinvolgente e partecipativo, mettendo al centro una corsa non competitiva come simbolo aggregativo.

L'obiettivo è ispirare un cambiamento culturale e sociale attraverso la celebrazione della diversità, il coinvolgimento della comunità, l'educazione e la creazione di un messaggio visibile.

In sintesi, 'Run For Inclusion' è un'esplosione di entusiasmo dedicata a un mondo più inclusivo, un percorso per allenare la città alla partecipazione, un modello di attivazione per permettere alle aziende di dare voce concreta ai valori dell'agenda 2030.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Uniting Group

**Cliente:** Uniting Group

**Data:** 29-30 ottobre 2022

**Target:** consumer, dipendenti aziende, istituzioni, associazioni terzo settore, stakeholder ESG

**Location:** Arco della Pace, Milano

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Limitless Experiences

## by ALL - ACCOR



Le 'Limitless Experiences by ALL' sono esperienze esclusive organizzate in Italia, Spagna, Portogallo e Grecia per i top client del gruppo ACCOR – provenienti da ogni parte del mondo – che vengono condotti alla spettacolare scoperta di storie, cultura, passioni e stili di vita di ogni territorio in cui viene realizzato l'evento. Attività esclusive in cui i partecipanti, coinvolti in momenti ludico e/o formativi, rilassanti o adrenalinici, hanno sempre l'opportunità di conoscere in prima persona rinomati artisti, curatori, chef e talent.

Le Limitless Experiences hanno l'obiettivo di fidelizzare i già clienti del gruppo ACCOR attraverso dei momenti memorabili, incentivandoli a utilizzare le strutture del gruppo, in modo da poter accumulare punti con cui acquistare queste experience.

### SCHEDA

**Organizzatore:** LiveZone

**Cliente:** ACCOR

**Data:** da settembre 2022 a oggi

**Target:** Top Client di ALL Live Limitless - il programma fedeltà del gruppo ACCOR - provenienti da ogni parte del mondo. In media a ogni evento partecipano 30 persone (generalmente coppie) con un'età media di 45 anni.

**Location:** Roma, Barcellona, Siviglia, Porto, Atene, Cagliari, Villasimius, Genova, Gallipoli

**Budget:** fino a €50.000 (per ogni evento)



# Rio 2023



‘Rio’ è l’appuntamento di Italiana Assicurazioni con il quale la compagnia gratifica, nel 2023, un numero selezionato di agenti assicurativi e i loro accompagnatori. Un programma di viaggio composto da una serie di esperienze fra mare, cielo e terra: voli in elicottero, gite in treno e in jeep, aperitivi in nave, attività in spiaggia, visite ai siti storico-artistici e degustazioni eno-gastronomiche. Validi gruppi locali coinvolgono i partecipanti presso i laboratori del Sambodromo e lo Stadio Maracanã. Italiana Assicurazione ha scelto Rio de Janeiro, città ossimorica, quale cornice ideale di un viaggio a 360°.

## SCHEMA

**Organizzatore:** The Next World | NEXT GROUP

**Cliente:** Italiana Assicurazioni

**Data:** 14-20 giugno 2023

**Target:** agenti di Italiana Assicurazioni

**Location:** Rio de Janeiro - soggiorno presso Fairmont Rio de Janeiro Copacabana

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Key Account Meeting 2022



Il 'Key Account Meeting' di ABB è un appuntamento che coinvolge i Top Client in due giornate di attività e incontri nella cornice de 'La Pista' di Arese e del 'Museo Alfa Romeo'. Federica Masolin e Davide Valsecchi – una delle coppie più famose della Formula 1 di SKY Sport – hanno condotto un programma denso di attività ludiche e formative, culminate nelle acrobazie di stunt e piloti di fama internazionale. Corse in pista, simulazioni di pit stop, lezioni di guida e conclusioni in plenaria per ricordare che, sulla strada come nel business, 'la velocità non è nulla senza il controllo'.

## SCHEDA

**Organizzatore:** The Next World | NEXT GROUP

**Cliente:** ABB

**Data:** 17-18 ottobre 2022

**Target:** 60 Top Client (80% uomini - 30/60 anni)

**Location:** 'La Pista' di Arese - Museo Storico Alfa Romeo

**Budget:** €100.000 - €200.000



# Lion Wing

## Marrakech 2023



Quattro giorni di incentive, 350 venditori, una destinazione “Rossa Generali”: Marrakech. Un concept potente, il Graffio dei Leoni, che ha accompagnato il day by day tra momenti di formazione, scoperta e divertimento. Esperienze autentiche perché profondamente connesse con il luogo in cui si svolgevano, ma uniche nel modo in cui sono state realizzate, a misura di Generali. L’energia è stata un ingrediente costante di tutte le attività, la stessa energia che i partecipanti hanno ogni giorno nella loro attività quotidiana agendo da veri leoni.

### SCHEDA

**Organizzatore:** The Next World | NEXT GROUP

**Cliente:** Generali Italia

**Data:** 4-7 luglio 2023

**Target:** il viaggio Lion Wing è un premio che ha una lunga storia ed è considerato ‘iconico’ dalla rete di agenti Generali. I destinatari sono stati 350 dipendenti, una platea molto simile a un ‘Excellence Club’ di cui tutti vorrebbero essere membri.

**Location:** Marrakech

**Budget:** n.d.



# Best In Thai

Un'esperienza esclusiva dedicata ai migliori partner di WindTre



Un viaggio di cinque giorni alla scoperta dei luoghi più belli della Thailandia progettato, in ogni suo momento, per premiare i 200 imprenditori vincitori del contest 'BEST' productivity di WindTre.

Un viaggio esclusivo, straordinario ed indimenticabile che legherà indelebilmente i suoi partecipanti.

## SCHEDA

**Organizzatore:** iDOC

**Cliente:** WindTre

**Data:** 28 settembre - 4 ottobre 2022

**Target:** 200 Top Partner WindTre canale Punti Vendita B2C e agenti e agenzie B2B distribuiti sul territorio nazionale

**Location:** Bangkok e Phuket

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Red Bull 64 Bars Live



Il format culto del rap più famoso d'Italia, live a Scampia, per la seconda volta. Una maratona di parole, musica e beat ai piedi delle iconiche Vele con Geolier, Lazza, Luchè, Noyz Narcos, Rose Villain, special guest Marracash e Anna. A dirigere i suoni in consolle, Miles, e insieme a loro, i tanti artisti della scena locale. Il concept di questa edizione è il futuro con un palco che entra letteralmente nel pubblico, l'iconico cubo centrale e un ledwall titanico che trasmette speciali clip 3D, accompagnate da monologhi degli artisti, a metà tra cinema e videogame. Un'edizione da record che ha contato 10.000 persone in piazza e più di 200.000 su YouTube dove lo show è stato trasmesso live, oltre 5 milioni di video views sui social e 47 milioni di media reach per uno spettacolo che, ancora una volta, ha saputo mostrare l'unicità di Scampia.

Non una location, ma un luogo; non un concerto, ma un format; non solo la celebrazione del rap, ma anche la dimostrazione che i grandi eventi possono raccontare importanti storie collettive.

## SCHEDA

**Organizzatore:** AADV Entertainment s.r.l.  
**Cliente:** Red Bull Italia  
**Data:** 7 ottobre 2023  
**Target:** Gen Z  
**Location:** Napoli, Scampia - Piazza Ciro Esposito  
**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000





# I-Days Coca-Cola 2023

**ACCESS**  
LIVE COMMUNICATION  
*Coca-Cola*

I-Days Coca-Cola Milano, il più grande festival musicale in Italia, è tornato nel 2023 battendo tutti i record di ticketing per la prima volta grazie a 7 date live in due venue d'eccezione con una line-up composta dai più importanti artisti internazionali: Florence & The Machine, Rosalia, Paolo Nutini, Travis Scott, The Black Keys, Liam Gallagher, Red Hot Chili Peppers, Arctic Monkeys, e molti altri headliner.

Gli oltre 375.000 spettatori hanno assistito a 42 ore di show di 27 artisti internazionali.

I-Days Coca-Cola Milano porta la firma di Access Live Communication per la parte creativa e produttiva dell'evento, oltre che sulla definizione dei format e i contenuti da proporre al mercato. In collaborazione con Live Nation per tutta la parte artistica e musicale dell'evento.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Live Nation/Access Live Communication

**Cliente:** The Coca-Cola Company

**Data:** 22 giugno - 15 luglio 2023

**Target:** 15-54

**Location:** Ippodromo Snai La Maura - via Lampugnano 95, 20151, Milano MI + Ippodromo Snai San Siro - Piazzale dello Sport 16, 20151, Milano MI

**Budget:** €1.000.000 - €1.000.000



# Lido Mengoni



Al centro di Lido Mengoni c'è ovviamente la musica in tutte le sue forme. Tra sorprese, jam session, improvvisazioni e incontri, ogni notte a Lido Mengoni era inaspettata.

Dall'apertura con il dj set di Whyte Mary, all'esibizione di Marco con il Kingdom Choir del brano 'Let it be' dei Beatles, con il quale Marco ha vinto la serata delle cover.

Tanti i colleghi e amici che sono passati per Lido Mengoni per regalare un'esibizione improvvisata o anche solo per un saluto o una chiacchiera come Fedez, Coma\_Cose, Eugenio in via di Gioia, Renzo Rubino, Elodie, Frank Gramuglia, Luis Sal, Carolina Bubbico, Betta Ferrari.

## SCHEMA

**Organizzatore:** LaTarma Entertainment

**Cliente:** Sony Music

**Data:** 6-11 febbraio 2023

**Target:** giornalisti, influencer, addetti ai lavori, partners, altri artisti

**Location:** Canottieri Sanremo A.S.D.

**Budget:** n.d.



# Corona Sunsets



Abbiamo scritto una storia scandita da un ritmo spettacolare, incorniciati dai migliori tramonti, con Corona. Più di 300 ore di musica, da Nord a Sud Italia. Dalle 'Sunsets Hours' (100 serate in 50 location) alle 'Sunsets Sessions' (Milano e Napoli), fino al main event 'Corona Sunsets Festival', al Teatro del Silenzio di Lajatico, a casa del Maestro Andrea Bocelli, per l'unica tappa italiana del global tour 2023.

A Milano si sono esibiti Jack Jaselli con Simona Severini e Samuel Dj Set, a Napoli il cantautore Gabriele Esposito. Il main event è stato il palcoscenico di una line-up stellare con artisti del calibro di Lost Frequencies, Subsonica (unica data italiana 2023), Planet Funk, The Zen Circus, Francesca Michielin, Venerus, Bobo Rondelli e Kety Fusco. Più di 15.000 persone trascinate dalla musica.

## SCHEMA

**Organizzatore:** LiveZone

**Cliente:** AB InBev

**Data:** 27 maggio - 22 luglio 2023

**Target:** pubblico generico, età media 30 anni

**Location:** Festival: Lajatico (PI); Sessions: Milano, Napoli; Hours: Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia

**Budget:** n.d.



# L'Italia che vorrei

L'Italia che vorrei è un progetto a 360°, un concorso che ha permesso a soli 1.000 fan in presenza e al pubblico in streaming di vincere le live session esclusive di Marracash, Levante e Elodie a Torino, Bologna e Roma. Tre tappe uniche in cui Lavazza Qualità Rossa ha dato vita a un dialogo diretto tra fan, artisti e brand con momenti di pre-show e il meet&greet con i talent per pochi fortunati. Le live session esclusive hanno permesso ai fan di assistere, a pochissima distanza dal palco, a tre concerti memorabili grazie alle location suggestive e alle line-up in cui gli artisti hanno ripercorso il loro repertorio.

Per l'organizzazione sono stati coinvolti i migliori professionisti del mondo musicale, con una produzione che ha lavorato a stretto contatto con management e cantanti. Con l'Italia che vorrei Lavazza Qualità Rossa si è spinta oltre, rappresentando la musica come portatrice di messaggi da condividere per aprire le porte a un futuro più equo, libero e giusto.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Luigi Lavazza

**Cliente:** Luigi Lavazza

**Data:** 4-9 luglio 2023

**Target:** un pubblico di giovani coffee lover che si fa portavoce dei sogni e delle ambizioni dell'Italia di domani

**Location:** Torino (La Centrale, Nuvola Lavazza), Bologna (Palazzo Re Enzo), Roma (La Lanterna di Fuksas)

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Pizza like a Bosch



In collaborazione con Nino Acampora e PizzaAut, è stata creata e inserita in menu una pizza speciale, la pizza 'Pizza Like a Bosch'. Una ricetta che sa di buono. Quando si entra in contatto con un progetto così speciale la cosa giusta da fare è lasciarsi travolgere dalla sua forza, in modo che il proprio cuore inizi a battere al suo stesso ritmo. Ed è un'emozione sapere che i nostri cuori hanno battuto all'unisono con tanti altri: quelli dei 5,3 milioni di persone che hanno visto i due video della campagna e quelli di 1 cliente su 10 che ha scelto la Pizza **#LikeABosch** per tutto il periodo natalizio, e quelli del 100% dei dipendenti Bosch, orgogliosi del progetto. Dopo di noi tante altre aziende hanno scelto di sostenere Pizzaut e anche questo ci fa battere il cuore anche se forse non è normale.

## SCHEMA

**Organizzatore:** c-zone  
**Cliente:** Bosch  
**Data:** 3 novembre - 31 gennaio 2023  
**Target:** Trasversale  
**Location:** Pizzaut e sede Bosch  
**Budget:** €50.000 - €100.000



# Light is Life.

## Festa delle Luci A2A

‘Light is Life. Festa delle Luci A2A’ ha attratto oltre 670mila spettatori e coinvolto attivamente 24 associazioni no-profit sul territorio, generando valore per le comunità locali e attivando una raccolta fondi che ha prodotto oltre 240mila euro, sia attraverso la vendita di merchandising e di prodotti editoriali, sia mediante l’operazione ‘Adotta un’installazione’ - abbracciata da molti Charity Partner – e il ticket saltafila.

L’intero ricavato è stato destinato alla Fondazione Banco dell’energia, ente filantropico promosso da A2A, insieme alle Fondazioni AEM, ASM e LGH, impegnato a supportare le famiglie in condizione di povertà energetica. La raccolta fondi ha permesso al Banco dell’energia di supportare progetti destinati alle famiglie di Brescia e Bergamo in difficoltà.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Casta Diva Ideas

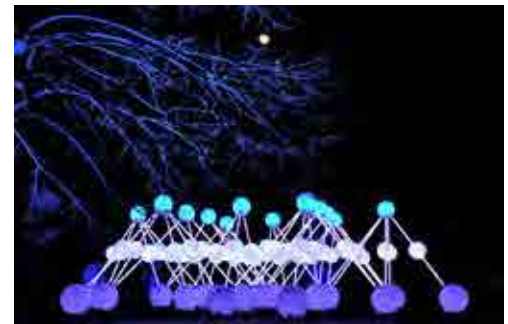
**Cliente:** a2a

**Data:** 10-26 febbraio 2023

**Target:** 18-65+ anni, appassionati di arte e di cultura, residenti in Lombardia e stranieri alla ricerca di nuovi linguaggi artistici

**Location:** Bergamo e Brescia

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Expo Aid 2023

Il più grande evento nazionale dedicato alle persone con disabilità, ha coinvolto per la prima volta tutto il mondo del Terzo settore e dell'associazionismo italiano. L'evento ha voluto porre l'attenzione sulla Persona creando un format in cui ognuno potesse sentirsi pienamente accolto ed incluso. Tutto l'evento (comunicazione, allestimenti, attività) è stato ideato, progettato e gestito in un'ottica di massima accessibilità attraverso l'uso di tecnologie, risorse e professionisti in grado di garantire il supporto e l'assistenza necessari. I partecipanti hanno trovato così uno spazio dedicato per potersi esprimere, per condividere progetti e dare sfogo ai propri talenti e passioni anche attraverso un evento spettacolo organizzato al Porto di Rimini e la Mototerapia.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Ega Worldwide

**Cliente:** Presidenza del Consiglio dei Ministri - Ministro per le disabilità

**Data:** 22-23 settembre 2023

**Target:** stakeholder del mondo della disabilità, delle associazioni e del terzo settore

**Location:** Palacongressi di Rimini e Porto di Rimini

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Progetto DOna

# WISE



FONDAZIONE  
NADIA TOFFA

‘Progetto DOna’, una raccolta fondi per un valore di 183.000 euro per l’acquisto di strumentazione di diagnostica oncologica. Una maratona solidale della durata di 1 anno nel ricordo di Nadia Toffa. “Desidero colorare una lettera d’amore e dedicarla al mondo” ci scriveva Nadia.

Il progetto DOna ha visto tutti uniti, on e off line, per promuovere un’importante raccolta fondi a cui molti hanno dato il loro contributo, per dare seguito e impulso ai tanti progetti per i quali si è impegnata Nadia: uno in particolare, il sostegno alla ricerca medica, alla prevenzione e ai malati. Un gesto che si è trasformato in un progetto ambizioso.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Gruppo WISE

**Cliente:** Fondazione Nadia Toffa

**Data:** 10 giugno 2022 - 10 giugno 2023

**Target:** B2B e B2C sul territorio italiano

**Location:** Brescia

**Budget:** €200.000 - €300.000





# Global Inclusion 2022



Global Inclusion ha trasformato il Palco del Teatro Elfo Puccini in uno studio Tv con diretta streaming e pubblico, collegato con oltre 200 imprese italiane e ospiti dal mondo, per mobilitare le imprese, le associazioni del Terzo Settore e le università in un percorso di promozione dell'inclusione globale.

Tra gli obiettivi: promuovere lo scambio di pratiche nel diversity management, l'equità e l'inclusione; ingaggiare studentesse e studenti nello studio delle questioni del diversity management, dell'equità e dell'inclusione; tematizzare nuovi temi per l'ecosistema italiano dell'inclusione; aggiornare il modello di leadership inclusiva; fornire consapevolezza dei bias; superare i confini tra generi e il mito della perfezione.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Newton

**Cliente:** I Sole 24 Ore e il Comitato Global Inclusion Art. 3 (in partnership con Associazione Italiana per la Direzione del Personale)

**Data:** 29 novembre 2022

**Target:** oltre 200 imprese italiane, organizzazioni del Terzo Settore e università italiane

**Location:** Teatro Elfo Puccini

**Budget:** €50.000 - €100.000



# Sorgenia sempre 25 novembre

Una rappresentazione sperimentale che sovrappone la potenza sensoriale dei podcast e la suggestione emotiva della messa in scena teatrale, facendo vivere sulla pelle degli spettatori la condizione in cui molte donne si trovano.

Lo spettacolo raccoglie una selezione tra i 10 podcast di Sorgenia, portando il punto di vista di chi ha visto queste donne soffrire, testimoni di storie di maltrattamento su amiche, familiari e colleghe. Protagonisti sono Cathy La Torre, avvocatessa specializzata in diritto antidiscriminatorio, Raissa & Momo, creatori di contenuti online, la ex pallavolista Maurizia Cacciatori ed Enrica Scielzo, la prima fashion blogger transgender italiana.

Lo spettacolo è stato realizzato in collaborazione con Maura Gancitano e Andrea Colamedici e con la compagnia teatrale AnimaNera.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Piano B

**Cliente:** Sorgenia

**Data:** 24 novembre 2022

**Target:** trasversale

**Location:** The Space Cinema - Milano  
 Odeon

**Budget:** €100.000 - €200.000



# Run For Inclusion



‘Run For Inclusion’ è un evento unico che celebra i valori di diversità, inclusione e sostenibilità in modo coinvolgente e partecipativo, mettendo al centro una corsa non competitiva come simbolo aggregativo.

L’obiettivo è ispirare un cambiamento culturale e sociale attraverso la celebrazione della diversità, il coinvolgimento della comunità, l’educazione e la creazione di un messaggio visibile.

In sintesi, ‘Run For Inclusion’ è un’esplosione di entusiasmo dedicata a un mondo più inclusivo, un percorso per allenare la città alla partecipazione, un modello di attivazione per permettere alle aziende di dare voce concreta ai valori dell’agenda 2030.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Uniting Group  
**Cliente:** Uniting Group  
**Data:** 29-30 ottobre 2022  
**Target:** consumer, dipendenti aziende, istituzioni, associazioni terzo settore, stakeholder ESG  
**Location:** Arco della Pace, Milano  
**Budget:** €400.000 - €500.000



# Diversity Media Awards 2023



I Diversity Media Awards, giunti all'ottava edizione, sono un evento completamente no profit. Si tratta del primo riconoscimento europeo che premia personaggi e contenuti medialti che, nel corso dell'anno precedente, si sono distinti per una rappresentazione valorizzante e inclusiva delle persone per temi di genere e identità di genere, orientamento sessuale e affettivo, età e generazioni, disabilità, etnia e aspetto fisico.

La cerimonia di premiazione si è tenuta presso il Teatro Lirico Giorgio Gaber di Milano, è stata condotta da Matilda De Angelis e Alberto Boubakar Malanchino ed è stata trasmessa su Rai1 sabato 1 luglio, in seconda serata. La serata-evento benefica, per la prima volta aperta al pubblico, ha alternato le premiazioni a momenti musicali e testimonianze toccanti.

## SCHEMA

**Organizzatore:** YAM112003  
**Cliente:** Fondazione Diversity  
**Data:** 21 giugno 2023  
**Target:** tutte le persone  
**Location:** Teatro Lirico Giorgio Gaber, Milano  
**Budget:** €200.000 - €300.000



# glo<sup>TM</sup> for art

**2night.**  
glo

Attraverso 'glo<sup>TM</sup> for art', glo<sup>TM</sup> si posiziona nel territorio dell'arte come un mecenate moderno, coinvolgendo artisti con cui condivide filosofia e valori, lasciandoli liberi di esprimersi attraverso opere inedite e fortemente simboliche, in piena sintonia con quello che è il suo stesso Dna. L'innovativa piattaforma comunicativa, attraverso Pr relation, press preview, esperienze artistiche riservate a media, inaugurazioni ed eventi, ha permesso di ingaggiare in modo memorabile media e stakeholder.

Il connubio unico di 'glo<sup>TM</sup> for art' tra arte ed entertainment ha dato straordinari risultati stampa con più di 800 uscite stampa e una PR Reach di 900 Milioni.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** BAT

**Data:** 17 aprile - 1 ottobre 2023

**Target:** fumatori di 25-40 anni che vivono in città

**Location:** Milano (Darsena), Milano (Triennale), Milano (Fuorisalone), Roma (Maxxi), Roma (Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea)

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Milano Beauty Week 2023

**ACCESS**  
LIVE COMMUNICATION

 COSMETICA ITALIA  
associazione nazionale imprese cosmetiche

La Milano Beauty Week è stato un evento culturale che ha aperto a nuove tendenze e percezioni nel settore della bellezza, grazie ai suoi valori fondanti quali l'innovazione, la sostenibilità, l'emozione e l'inclusione. Ha raccolto in un unico evento una vasta gamma di stakeholder del settore cosmetico, tra cui aziende, esperti di bellezza, giornalisti, influencer, ma anche consumatori e istituzioni. Ha creato opportunità di networking e ha dato visibilità a tutti i player del settore. Il patrocinio da parte delle più importanti istituzioni della Regione Lombardia ha favorito la possibilità di stabilire collaborazioni importanti e di consolidare legami con istituzioni di rilievo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Cosmetica Italia/Access Live Communication  
**Cliente:** Cosmetica Italia  
**Data:** 26 settembre - 2 ottobre 2023  
**Target:** cittadini, aziende, PR, istituzioni  
**Location:** Palazzo Giureconsulti, Palazzo Castiglioni, 7 temporary tra Via Mercati e Piazza Duomo, un tram.  
**Budget:** €200.000 - €300.000



# 'Vaporetto-Spritz'

## alla Select Spritz Week



Il vaporetto Select ha rappresentato una vera e propria brand experience, premium ed esclusiva. Una 'money can't buy opportunity': vivere l'esperienza autentica dello Spritz veneziano grazie a Select a bordo di un vaporetto, simbolo iconico della mobilità veneziana, trasformato in un salotto viaggiante, finemente decorato e curato in ogni dettaglio. Il vaporetto Select: terrazza ideale per godersi un aperitivo da una posizione unica e privilegiata.

L'experience ha previsto 2 fasi: la prima dedicata a giornalisti, influencer e key opinion leader, in un unconventional press day; la seconda destinata al business, trade, clienti e agenti Select nazionali e internazionali.

Grazie al brand Select tutti gli ospiti hanno potuto così scoprire e vivere lo spirito autentico di Venezia!

### SCHEDA

**Organizzatore:** Arzanà & Enfants Terribles

**Cliente:** Gruppo Montenegro - Brand Select

**Data:** 24 - 27 maggio 2023

**Target:** 50 Key opinion leaders e giornalisti. 8 Influencer. 80 Ospiti trade. Oltre 100 tra istituzioni locali, special guest (consumatori selezionati) nazionali e internazionali

**Location:** Venezia Canal Grande

**Budget:** n.d.



# Salone del Risparmio

**CLINIQ  
BRAND  
SURGERY**

**ASSOGESTIONI**  
Associazione di Esperti Gestiti

Oltre 400 professionisti della comunicazione per una copertura mediatica di 2.240 uscite, che hanno generato un AVE di 11,7 milioni di euro.

Il Salone valorizza a 360° la presenza dei media (50 tra giornali, radio e TV nel 2023) grazie a una relazione continua pre, durante e post-evento. Press kit e cartella stampa online in continuo aggiornamento, badge ad hoc e percorso riservato di accoglienza, sala stampa presidiata da cui è possibile assistere online alle conferenze e un team PR dedicato restituiscono ai giornalisti un'esperienza tailor-made.

La presenza della stampa è, inoltre, integrata nell'area espositiva attraverso gli stand dei media supporter, un'edicola in cui sono distribuiti gratuitamente quotidiani e riviste e 10 totem digitali che pubblicano le breaking news sull'evento.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Assogestioni Servizi

**Cliente:** Assogestioni

**Data:** 16-18 maggio 2023

**Target:** operatori del settore del risparmio gestito (SGR, consulenti finanziari, autorità), giornalisti, studenti e famiglie (risparmiatori)

**Location:** Milano

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000





# Porsche Roof Tent Experience

Motore elettrico e tenda sul tetto: l'evento Porsche Roof Tent Experience, ha coinvolto una selezione di giornalisti di settore e di costume per portarli alla scoperta delle Dolomiti al volante delle nuove Taycan Turbo S Cross Turismo in modo originale e molto sostenibile.

Tre tappe di puro contatto tra uomo e natura: Lago di Como, Cortina d'Ampezzo, Limone Piemonte; i giornalisti sono stati coinvolti in una driving experience che li ha condotti nei pressi di resort esclusivi dove hanno potuto organizzare il 'Roof Tent Camp'.

Una giornata ricca di emozioni con percorsi trekking, e-bike e lezioni di climbing tra le meravigliose montagne italiane. E infine una notte indimenticabile trascorsa all'interno di una tenda montata sul tetto delle Porsche Taycan, sotto un manto di stelle.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Cannizzo Produzioni

**Cliente:** Porsche Italia

**Data:** 1 luglio - 3 settembre 2023

**Target:** Press, Top Client Porsche selezionati dai Dealer locali

**Location:** Lago di Como, Cortina d'Ampezzo, Limone Piemonte

**Budget:** €50.000 - €100.000



# Maserati GT2 Première

**FMA**hub  
ORANGE MEDIA GROUP



L'evento è stato organizzato nel prestigioso contesto delle CrowdStrike 24 Hours of Spa, una delle competizioni di resistenza più celebrate nel mondo dell'automobilismo. Lo stand allestito secondo i nuovi codici grafici e visivi di Maserati Corse e curato nei minimi dettagli ha conferito all'unveiling un'importanza speciale, sottolineando il ritorno di Maserati alle corse. Una parte fondamentale dell'evento è stata la press conference condotta da Viky Piria, una figura di spicco nel mondo delle corse, che ha contribuito a creare un'atmosfera coinvolgente e professionale. La press conference è stata arricchita anche dalla partecipazione del pilota collaudatore Andrea Bartolini, Racing Advisor di Maserati Corse. L'evento è stato preceduto e seguito da un press trip per alcuni i giornalisti selezionati, un viaggio di avvicinamento da Modena a Spa e ritorno a bordo di MC20 e MC20 Cielo.

## SCHEDA

**Organizzatore:** FMA hub

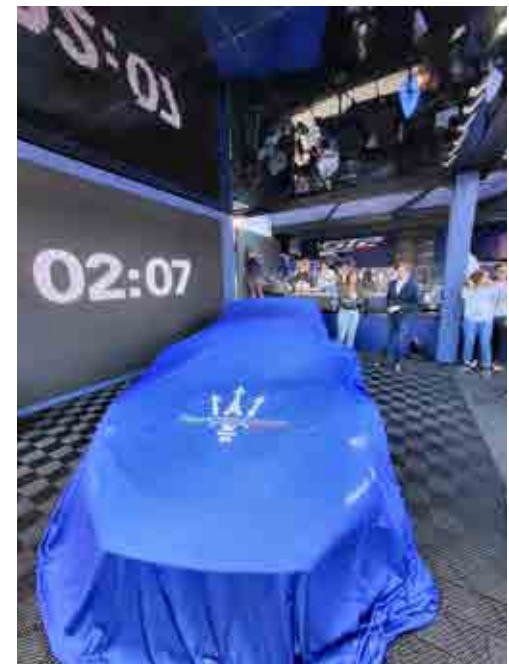
**Cliente:** Maserati

**Data:** 29 giugno - 2 luglio 2023

**Target:** BTB scuderie, clienti Maserati e prospect possessori di auto di lusso

**Location:** CrowdStrike 24 Hours of Spa @Circuit of Spa[1]Francorchamps (Spa - Belgium)

**Budget:** €200.000 - €300.000



# AIPS Sport Media Awards Seoul 2023



Dopo un'edizione senza precedenti al Khalifa International Stadium di Doha, Free Event e AIPS Sport Media Award volano a Seoul per premiare i migliori giornalisti sportivi del mondo. Un gala award durante il quale il più alto riconoscimento internazionale del settore torna a parlare di passione e libertà, valorizzando il lavoro delle migliaia di persone che, ogni giorno, raccontano storie di integrità, coraggio e visione attraverso il linguaggio dello sport.

Dedicato alla stampa mondiale, un evento che fonde tradizione locale e spirito internazionale, con 1.830 proposte da 139 paesi, più di 30 premiati, una diretta streaming in 5 lingue, artisti locali e un set up tecnologico di ultima generazione.

Per AIPS, Free Event ha curato ogni aspetto dell'evento, gestendo creatività, regia, produzione esecutiva e coordinamento.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Free Event

**Cliente:** AIPS - Association Internationale De La Presse Sportive

**Data:** 9 maggio 2023

**Target:** l'intero settore della stampa sportiva e mondiale

**Location:** Grand Ballroom Vendome - Sofitel Ambassador Hotel, Seoul, Corea del Sud

**Budget:** fino a 50.000 euro



# Scuderia Ferrari Lancio SF23



Per il lancio della SF23, Free Event ha portato le emozioni della Formula 1 nel circuito di Fiorano, palco di un grande show live, con contenuti video di alto livello realizzati con una produzione cinematografica e distribuiti crossplatform fin dal mese precedente. L'evento ha ricreato un vero e proprio Gran Premio, con Fanzone, pre-show con artisti, coreografie di massa, meet&greet con i piloti, l'inno nazionale, presentatori d'eccezione e il lancio della nuova APP. In presenza, oltre 500 tifosi, 200 membri press e 300 VIP.

Nessuno di loro però aveva previsto ciò che sarebbe accaduto di lì a poco: per la prima volta nella F1, la SF23 ha debuttato in pista davanti a fan e ospiti increduli, dando vita a una presentazione spettacolare che ha registrato un consenso globale.

Per Scuderia Ferrari, Free Event è stata general contractor dell'intero progetto.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Free Event

**Cliente:** Scuderia Ferrari

**Data:** 14 febbraio 2023

**Target:** tifosi, partner, VIP e Tv/Media

**Location:** Circuito di Fiorano

**Budget:** €500.000 - €800.000





# Lamborghini Revuelto From Now On

L'evento rappresenta una milestone nella storia di Lamborghini. Il lancio della nuova Revuelto ha l'obiettivo di sancire l'inizio di un'epoca con la prima HPEV del colosso automotive, una supersportiva ibrida V12 ad alte prestazioni.

7 eventi nell'evento in cui i concetti di innovazione e sostenibilità si incontrano grazie all'utilizzo di tecnologie d'avanguardia, che hanno reso l'evento immersivo e ingaggiante.

'From Now On' è stato il concept che ha guidato l'execution di un progetto che ha tra i suoi obiettivi quello di coinvolgere i maggiori stakeholder, top client, personaggi del mondo dello sport e dello spettacolo, ma anche di essere motivo di orgoglio per tutti coloro che lavorano in Lamborghini.

Parole chiave sono state celebrazione, esclusività, innovazione e orgoglio.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Gruppo Gattinoni

**Cliente:** Lamborghini

**Data:** 29-30 marzo 2023

**Target:** 850 partecipanti tra top client, dealer, personalità del mondo dello sport e dello spettacolo e giornalisti; il target, inoltre, era su invito diretto da parte di Lamborghini

**Location:** Headquarter Lamborghini presso Sant'Agata Bolognese

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Lancio iliadbusiness

Evento progettato per annunciare il lancio dell'offerta business, anticipata da una campagna teaser caratterizzata dalla tipica formula degli annunci di lavoro 'AAA cercasi'. L'evento si è svolto in forma di keynote ed è stato pensato soprattutto per un target di giornalisti, coinvolti sia in presenza, sia tramite diretta streaming. Per tenere alta l'attenzione di questo pubblico abituato ai codici classici degli eventi di lancio, è stata creata una event journey incentrata sull'accesso a una vera e propria black box dominata da un maxi schermo LED all'interno della quale si è svolto il reveal e dove gli ospiti sono potuti entrare solo pochi secondi prima del via, in modo da generare suspense e notiziabilità.

## SCHEMA

**Organizzatore:** iliad Italia

**Cliente:** iliad

**Data:** 4 maggio 2023

**Target:** press, PR, influencer, partner commerciali, dipendenti

**Location:** Superstudio Più / Central Point

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Stile Capri Wave



L'evento 'Stile Capri Wave' ha generato una rilevante risonanza a livello Press e PR, soprattutto grazie alla partecipazione di Elodie come special guest.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Italia Eventi Group

**Cliente:** Birra Peroni

**Data:** 2-3 luglio 2023

**Target:** stimolare il trial della nuova birra Peroni Nastro Azzurro Stile Capri grazie a un evento esclusivo nella baia di Capri

**Location:** Isola Di Capri

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Lido Mengoni



Lido Mengoni è stato uno spazio aperto a tutti i lavoratori del settore e ai giornalisti che sono stati invitati a trascorrere parte delle loro giornate con l'intento e la voglia di ritagliarsi un momento per lavorare in tranquillità, leggere un articolo di giornale sulla terrazza o semplicemente fare una buona colazione vista mare. Tutte le sere ci si ritrovava invece nella sala interna del Lido per vedere e commentare insieme il festival.

Lido Mengoni ha sicuramente mostrato ai giornalisti una prospettiva diversa su cosa voglia dire essere un artista in gara al festival, con una schedule piena di incontri, esibizioni e cambi di programma last minute, ma ha anche fatto vedere momenti più intimi dell'artista in compagnia del suo team di lavoro.

## SCHEMA

**Organizzatore:** LaTarma Entertainment

**Cliente:** Sony Music

**Data:** 6-11 febbraio 2023

**Target:** giornalisti, influencer, addetti ai lavori, partners, altri artisti

**Location:** Canottieri Sanremo A.S.D.

**Budget:** n.d.





# Limonaia Urbana

LIVING  
BRANDSPESTO  
Barilla

‘Limonaia Urbana’ è un orizzonte inatteso e sorprendente sull’estate italiana: il contrasto tra una tipica limonaia a picco sul blu e l’ambiente urbano. Trasporta immediatamente le persone, lungo la risalita di un ascensore, in un’ideale, tipica, sognante, iconografica, atmosfera estiva... “come essere in Costiera Amalfitana pur rimanendo in città”.

Un’attivazione esteticamente dirompente, per non convenzionalità e disruption, con un allestimento immersivo che trasforma il tetto di un palazzo con vista sulle iconiche guglie del Duomo in una limonaia mediterranea, ispirata al gusto di Pesto Barilla Basilico e Limone.

Un’esperienza olistica tra sapori, colori, profumi, suoni, masterclass a tema food e di artigianato.

Un format proprietario che arriverà in numerose capitali d’Europa e del mondo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Living Brands

**Cliente:** Barilla G. e R. F.lli S.p.A.

**Data:** 24-27 maggio 2023

**Target:** 1) per il PR Event, giornalisti, stakeholder, influencer, pubblico interno, su scala europea; 2) Consumer Event: core target, cittadini milanesi (età 25-54); main target, Pesto users.

**Location:** Milano, Piazza Duomo

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Campari - Hotel des Bains

## Festival del Cinema di Venezia 2023



NOLOOP

**CAMPARI**
 *Davide Campari*  
MILANO

Gli invitati appartenenti alle categorie media e stampa, hanno contribuito a rendere l'evento memorabile attraverso la loro presenza e la condivisione di momenti salienti della serata. Gli Ambassador Campari (giovani e celebri attori del Cinema) hanno rinforzato la credibilità del brand con contenuti volti all'aumento dell'audience. Presenti anche reporter Campari (influencer tv, radio e fashion) che hanno condiviso la loro esperienza con la propria community. Fondamentali le partnership media, che hanno potuto condividere su altri canali, come la carta stampata, i key moment delle serate evento.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Noloop  
**Cliente:** Campari Group  
**Data:** 1-2 settembre 2023  
**Target:** stampa, influencer, ospiti Campari  
**Location:** Hotel des Bains, Venezia  
**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Milano House of Campari

ARTECHFX

GIOFORMA  
Designers Artists Architects
**CAMPARI**  
 *Davide Campari*   
 MILANO

Dal punto di vista organizzativo, il drone show può esser annoverato come un evento di complessa gestione. Difatti, la prima complicità da risolvere è stata la chiusura totale di Parco Sempione, zona sempre molto frequentata, per dodici minuti.

In aggiunta, il coordinamento dello sciame di droni che si muovono all'unisono in modo armonico in un 'teatro urbano' è stata un'operazione complessa che ha portato a scrivere una nuova pagina di storia italiana nel mondo delle coreografie realizzate con i droni.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Noloop  
**Cliente:** - Artech FX  
**Cliente:** Campari Group  
**Data:** 4-5 maggio 2023  
**Target:** Omnicomprensivo - Influencer e Giornalisti  
**Location:** Piazza Sempione, Milano  
**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# A Haunting In Venice

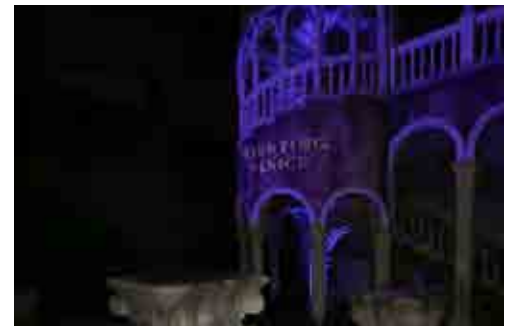
## Press & Influencer Ultimate Experience

**T3KNE**  
The Walt Disney Company

Un Press & Influencer Day esperienziale per 'A Haunting in Venice' coinvolgendo 100 giornalisti e creators internazionali in un'esperienza immersiva di un giorno alla scoperta delle location del film. Una serie di attivazioni, stunt e performance teatrali ispirate ai temi crime, paranormali e al fascino delle atmosfere veneziane notturne hanno sorpreso gli ospiti durante il percorso per generare engagement e massimizzare la coverage stimolando contenuti Social e Pr Stories. Special screening del film, set visit a tappe guidate in piccoli gruppi con Gamification tra calli e canali con interventi di Street Art, performance di Secret Theater immersivo con attori ed effetti speciali e tre diverse Installazioni sonore e di Video Mapping realizzati con il partner Artled in luoghi d'arte iconici della città.

### SCHEDA

**Organizzatore:** T3KNE  
**Cliente:** The Walt Disney Company Italia  
**Data:** 12-13 settembre 2023  
**Target:** all audiences  
**Location:** Venezia  
**Budget:** n.d.



# Alfa Romeo 33 Stradale

## Il coraggio di sognare | World Première



Anteprima mondiale della nuova Alfa Romeo 33 Stradale. Una vettura che si ispira al precedente modello rinomato per la sua bellezza e il suo design, la 33 Stradale originale, messa a punto nel 1967.

L'evento si svolge il 30 agosto presso il Museo Storico Alfa Romeo. I 200 membri della stampa invitati da tutto il mondo sono i benvenuti per assistere alla rinascita di questa icona.

Lo spettacolo è composto da vari atti che raccontano la storia del progetto originale 33 con una combinazione di immagini storiche e narrazione, mescolate a un approccio altamente tecnologico e contemporaneo.

Un attore accompagna gli ospiti in questo viaggio che culmina in un adrenalinico reveal show della nuova vettura.

### SCHEMA

**Organizzatore:** The Next Event + The Next World | NEXT GROUP

**Cliente:** Alfa Romeo

**Data:** 30 agosto 2023

**Target:** pubblico di tutto il mondo

**Location:** Museo Storico Alfa Romeo

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Grand Finale 2023

## S.Pellegrino Young Chef Academy



Per la quarta edizione consecutiva, Next Group si riconferma partner di Sanpellegrino nell'organizzazione del Grand Finale: una due-giorni intensa tra East End Studios e l'Hangar Bicocca.

Oltre agli aspetti di ideazione creativa e realizzazione, Next Group ha curato l'intera logistica dell'evento.

Gli East End Studios hanno accolto la competizione e negli spazi sono state allestite 8 cucine professionali, in cui si sono svolte le due sessioni di gara. 15 chef in gara, 15 mentor, una giuria di 5 chef di eccezionale fama internazionale.

All'Hangar, Award Ceremony e Cena di Gala tra 'I Sette Palazzi Celesti' di Kiefer.

### SCHEMA

**Organizzatore:** The Next Event + The Next World | NEXT GROUP

**Cliente:** Sanpellegrino

**Data:** 2-5 ottobre 2023

**Target:** media, influencer, management internazionale, rivenditori e distributori

**Location:** East End Studios, Via Mecenate 86A, Milano - Pirelli Hangar Bicocca, Via Chiese 2, Milano

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# The Laundry Screen



A Napoli il calcio è uno spettacolo che coinvolge milioni di tifosi in tutta la città. Soprattutto se quella partita rappresenta una leggendaria prima qualificazione ai quarti di finale dell'UCL. Ma visto che i biglietti per lo stadio sono andati subito esauriti, Amazon Prime Video, emittente della Champions League, ha voluto offrire ai tifosi un'esperienza degna dello stadio Maradona, e uno schermo non sarebbe bastato. Così abbiamo deciso di trasmettere la partita in streaming nel modo più napoletano possibile: sugli iconici panni stesi dei vicoli dei Quartieri Spagnoli. Un'esperienza calcistica coinvolgente che ha portato migliaia di tifosi a guardare insieme il Napoli, in un modo senza precedenti e ha catturato l'interesse degli appassionati di calcio di tutta Italia.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night  
**Cliente:** Amazon Prime Video  
**Data:** 15 marzo 2023  
**Target:** i tifosi di calcio italiani  
**Location:** Napoli, vicoli dei Quartieri Spagnoli  
**Budget:** €100.000 - €200.000



# Pre-match show

## Italia-Inghilterra

ALPHAOMEGA  
GROUP

FIGC mette in campo un sound&light show tecnologico mai visto prima in uno stadio di calcio. Durante il pre-match della partita Italia-Inghilterra, 9 km di luci di ultima generazione illuminano la splendida cornice dello stadio Maradona di Napoli.

Sotto gli occhi dei tifosi, sulle grida dei loro cori, si alternano le proiezioni dei volti degli Azzurri in campo, la dedica speciale a Gianluca Vialli e la rivelazione della nuova maglia in partnership con Adidas.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Alphaomega

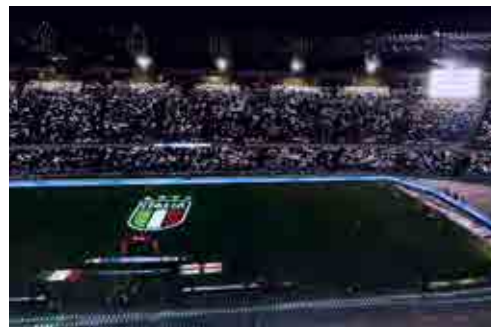
**Cliente:** Federazione Italiana Giuoco Calcio

**Data:** 23 marzo 2023

**Target:** pubblico presente allo stadio e audience della diretta TV

**Location:** Stadio Diego Armando Maradona di Napoli

**Budget:** €50.000 - €100.000





# Festa Scudetto Napoli



Tutta la passione di Napoli per un evento indimenticabile.

Lo stadio Maradona si è trasformato in un sorprendente teatro tecnologico capace di accogliere una grande festa popolare, divisa in due occasioni, mix di elementi umani e interazioni digitali.

Nel finale di Udinese-Napoli, lo stadio si è acceso di scenografie, musica e giochi pirotecnici per i festeggiamenti.

Al termine del successivo match, lo stadio ha invece preso vita con differenti tecnologie coordinate. Proiettori hanno disegnato il campo e uno speciale Led carpet ha acceso la pista di atletica con suggestive coreografie dinamiche di luci, colori e parole.

Uno stage Led ha poi accolto dirigenza e squadra e le performance di artisti simbolo della città. Un gran finale con show pirotecnico e l'inaspettato concerto di Liberato.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Alphaomega

**Cliente:** SSC Napoli  
Data: 4-7 maggio 2023

**Target:** tifosi del Napoli presenti allo Stadio Maradona, audience diretta Tv, appassionati di calcio e media nazionali e internazionali

**Location:** Stadio Diego Armando Maradona di Napoli

**Budget:** €100.000 - €200.000



# Porsche Festival 2023

Il Porsche Festival è uno degli eventi Motorsport più importanti in Italia e nel Mondo. Il pubblico può assistere dal vivo a due gare del campionato Carrera Cup Italia, precedute dall'avvincente sessione qualifiche, vivere in prima fila le emozioni del Pre-Griglia, avere meet & greet esclusivi con i piloti e godersi le cerimonie di premiazione dei vincitori.

Inoltre, il Festival offre a tutti gli appassionati la possibilità di vivere le emozioni di un vero pilota con experience di guida esclusive. Tra le proposte di esperienza a pagamento 30 minuti in pista, accompagnati da istruttori Porsche, a bordo di vetture iconiche come Porsche Taycan, Porsche 911, Porsche 911 GT3 e GT3 RS. Come attività OffRoad la DAKAR experience per guidare una 911 Dakar nella pista Flat Track di Misano.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Cannizzo Produzioni

**Cliente:** Porsche Italia

**Data:** 7-8 ottobre 2022

**Target:** clienti Porsche, dealer, Porsche club, partner e appassionati

**Location:** Misano World Circuit

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# 2023 Turkish Airlines EuroLeague



Anche per l'edizione 2023 della più importante competizione europea di basket per club, Filmmaster ha curato l'ideazione e la produzione dei pregame show e dell'halftime show, introdotto proprio quest'anno nel palinsesto della Turkish Airlines EuroLeague Final Four.

Innovare un format già così iconico ha richiesto un approccio alla progettazione lungimirante, sviluppando una serie di contenuti in realtà aumentata e una proposta artistica locale ma, al tempo stesso, di caratura internazionale.

Il Dj e producer Dynoro e la dance crew V-Team hanno arricchito, con le loro performance, uno show ad alto tasso di spettacolarità, dove i contenuti stessi sono diventati parte integrante di un'esperienza immersiva e totalizzante – sviluppata per lasciare senza fiato tutti i tifosi, a casa e in arena.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Filmmaster

**Cliente:** Euroleague Basketball

**Data:** 13-21 maggio 2023

**Target:** pubblico televisivo, supporter squadre finaliste, media accreditati, giocatori, allenatori e dirigenti delle squadre stesse

**Location:** Zalgirio Arena di Kaunas, Lituania, dal 19 al 21 maggio 2023

**Budget:** €300.000 - €400.000



# Scuderia Ferrari Lancio SF23



Per il lancio della SF23, Free Event ha portato le emozioni della Formula 1 nel circuito di Fiorano, palco di un grande show live, con contenuti video di alto livello realizzati con una produzione cinematografica e distribuiti crossplatform fin dal mese precedente. L'evento ha ricreato un vero e proprio Gran Premio, con Fanzone, pre-show con artisti, coreografie di massa, meet&greet con i piloti, l'inno nazionale, presentatori d'eccezione e il lancio della nuova APP. In presenza, oltre 500 tifosi, 200 membri press e 300 VIP.

Nessuno di loro però aveva previsto ciò che sarebbe accaduto di lì a poco: per la prima volta nella F1, la SF23 ha debuttato in pista davanti a fan e ospiti increduli, dando vita a una presentazione spettacolare che ha registrato un consenso globale.

Per Scuderia Ferrari, Free Event è stata general contractor dell'intero progetto.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Free Event

**Cliente:** Scuderia Ferrari

**Data:** 14 febbraio 2023

**Target:** tifosi, partner, VIP e Tv/Media

**Location:** Circuito di Fiorano

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Ferrari Finali Mondiali 2022



‘Finali Mondiali 2022’ ha rappresentato un trionfo di emozioni competitive per i 38.000 partecipanti che si sono uniti a questa straordinaria celebrazione sportiva. Sette giorni con un palinsesto fitto di appuntamenti: competizioni, qualifiche, test, hot laps e corse, 1 World Premiere, 20 short unveiling, 229 hot laps e il paddock tour, per culminare nelle finali del Trofeo Pirelli e della Coppa Shell.

L’atmosfera è stata pervasa dal DNA competitivo di Ferrari, un’occasione unica per ammirare le vetture che hanno scritto e scriveranno la storia di Ferrari nelle prossime stagioni. Un evento incredibile, che ha unito con successo fan, clienti, piloti e dirigenti, rinforzando il legame indissolubile tra la community Ferrari e la Casa di Maranello.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Live.Com  
**Cliente:** Ferrari  
**Data:** 25-31 ottobre 2022  
**Target:** clienti e appassionati  
**Location:** Autodromo Enzo e Dino Ferrari, Imola  
**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Padel Trend Expo 2023

**PADEL TREND**



Padel Trend Expo, il primo grande evento internazionale dedicato interamente alla community e industry B2C e B2B del padel. Allianz MiCo Milano 13-15 gennaio '23.

Un 'Concept Expo' innovativo che ha fatto vivere agli oltre 18.000 visitatori una 3 giorni immersiva. Un programma ricchissimo di contenuti coinvolgenti e formativi (intrattenimento, shopping, esibizioni, clinic, iniziative sociali e workshop).

Il padiglione di 18.000mq è diventato un marketplace e un enorme Padel Club con 6 campi da Padel e 2 da Pickelball. Coach e top player si sono alternati con esibizioni e clinic formative. Personaggi del mondo dello spettacolo, ex calciatori ed ex atleti, si sono sfidati intrattenendo il pubblico.

È stato inoltre un momento di formazione per scuole, giovani talenti, persone con disabilità.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Padel Trend - NEXT GROUP

**Cliente:** Padel Trend - NEXT GROUP

**Data:** 13-15 gennaio 2023

**Target:** B2C: appassionati, giocatori, professionisti; B2B: aziende, istituzioni, circoli sportivi, federazioni, media

**Location:** Allianz MiCo Milano Convention Center

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000





# Italia. Open to Meraviglia

## FEI Jumping European Championship

A Milano dal 30/08 al 3/09 sono andati in scena gli Europei di Salto Ostacoli 2023. L'evento si è svolto all'Ippodromo Snai San Siro, che nel 2021 e 2022 è stato sede della Milano Jumping Cup, manifestazione che ha segnato il grande ritorno degli sport equestri nel capoluogo lombardo.

Visto l'ottimo lavoro degli anni passati, la Fédération Equestre Internationale ha assegnato all'Italia i Campionati Europei 2023 che hanno rappresentato un modello di evento sportivo innovativo anche grazie al lancio del Milano Green Village.

La location è infatti al centro di una visione che ha trasformato l'impianto in un palcoscenico sportivo multidisciplinare, la San Siro Horse Arena, capace di accogliere dall'ippica agli sport equestri, dai concerti agli eventi culturali, in una prospettiva più ampia.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Snaitech/Epica

**Cliente:** Snaitech/Epica

**Data:** 30 agosto - 3 settembre 2023

**Target:** appassionati sportivi e amanti del mondo del cavallo; young adults nell'area urbana di Milano

**Location:** Ippodromo Snai San Siro

**Budget:** €4.000.000 - €5.000.000



# 6 Nazioni 2023

## Peroni Nastro Azzurro Terzo Tempo

Iconico, unico, dal carattere italiano e con stile internazionale: il nuovo Peroni Nastro Azzurro Terzo Tempo si tinge ancora più di azzurro grazie alla nuova partnership ufficiale con la FIR. All'interno del parco del Foro Italico, un'experience unica e memorabile ispirata alla campagna 'Vivi Ogni Momento' che ha reso il brand icona di stile e Made in Italy nel mondo, dove l'House of Peroni Nastro Azzurro è stata il fiore all'occhiello.

Più di 150 mila tifosi e appassionati per più di 600 Hls di birra consumata.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Alphaomega

**Cliente:** Birra Peroni

**Data:** 5 febbraio - 11 marzo 2023

**Target:** ospiti Vip, media e tutto il pubblico appassionato di rugby che ha acquistato il ticket d'ingresso

**Location:** Stadio Olimpico, Parco del Foro Italico, Roma

**Budget:** €300.000 - €400.000





# Peroni Nastro Azzurro

## 2023 Ryder Cup

Peroni Nastro Azzurro ha aperto a tutti gli ospiti della Ryder Cup 2023 'The House Of Peroni Nastro Azzurro', per vivere l'evento golfistico internazionale all'insegna della vera ospitalità italiana. In una cornice ricca di stile e premiumness, ha voluto ribadire il suo concept di intrattenimento e di brand experience, mostrando a tutti il suo carattere italiano e al contempo l'innata vocazione internazionale che la contraddistingue. Uno spazio iconico ed elegante, dove intrattenimento e relax si sono fusi in un'atmosfera unica.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Alphaomega

**Cliente:** Birra Peroni

**Data:** 26 settembre - 1 ottobre 2023

**Target:** atleti, entourage tecnico, ospiti Vip, media e tutto il pubblico degli appassionati al mondo del Golf che hanno acquistato il ticket d'ingresso all'evento  
Location: Roma, Marco Simone Golf & Country Club

**Budget:** €100.000 - €200.000



# #MercedesExperience

## Taste of Nature



‘Taste Of Nature’ è il nome dei due nuovi retail format 2023, all’insegna di sostenibilità ed eccellenza, progettati per offrire un coinvolgimento totale, in perfetta sintonia con i valori del brand. Due le **#MercedesExperience** sensoriali confezionate per i dealer di tutta Italia, che hanno aderito all’iniziativa coinvolgendo clienti e prospect in un percorso percettivo, unico e autentico in 48 eventi su tutto il territorio italiano.

Un’immersione nella natura, tra terra e mare, per scoprire i valori del brand Mercedes-Benz in un modo rivoluzionario e dal forte impatto emozionale.

Una driving experience che conduce gli ospiti alla scoperta di eccellenze stagionali Made in Italy, dal gusto sostenibile ed unico.

Un successo per il brand ma anche per il pianeta, che gode di eventi realizzati ‘ad impatto positivo’.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Gruppo Peroni Eventi

**Cliente:** Mercedes Benz Italia

**Data:** 1 marzo - 15 dicembre 2023

**Target:** clienti, giornalisti, influencer, consumatore finale

**Location:** tutto il territorio nazionale

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Tommy is in town

Il brand Tommy Hilfiger ha scelto Gruppo Peroni Eventi per celebrare l'apertura del suo flagship romano con un cocktail party culminato con la performance live del cantante milanese Tananai, dedicata agli ospiti e agli amici del brand. Influencer, cool people, tiktokker, media e clienti fidelizzati, oltre che una folla acclamante di fan che, in Via del Corso, hanno potuto godere appieno di una live di Tananai, che ha cantato per loro direttamente dal balcone affacciato sulla rinomata via dello shopping della capitale.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Gruppo Peroni Eventi

**Cliente:** Tommy Hilfiger

**Data:** 8 giugno 2023

**Target:** clienti, giornalisti, influencer, consumatore finale

**Location:** Flagship Store Tommy Hilfiger - Via del Corso - Roma

**Budget:** €100.000 - €200.000



# Corona Sunsets



Con l'attivazione on trade 'Corona Sunsets Hours' abbiamo offerto al pubblico di 50 locali in 5 regioni italiane – Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia – 100 tramonti indimenticabili. Con una delle due 'Sunsets Session' abbiamo animato uno dei più bei POC del brand, in riva al mare. Aperitivi all'insegna della condivisione, della naturalezza e del relax con musica live e attività di intrattenimento legate al tema della sostenibilità. Lo staff ha invitato gli ospiti a partecipare a un concorso fotografico per vincere l'esperienza del main event 'Corona Sunsets Festival' al Teatro del Silenzio di Lajatico, l'unica tappa italiana del world tour 2023, oltre a sampling di prodotto e merchandising Corona. Abbiamo coinvolto circa 15.000 persone per un totale di almeno 30.000 Corona vendute.

## SCHEMA

**Organizzatore:** LiveZone

**Cliente:** AB InBev

**Data:** 27 maggio - 22 luglio 2023

**Target:** pubblico generico, età media 30 anni

**Location:** Festival: Lajatico (PI); Sessions: Milano, Napoli; Hours: Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia  
Budget: n.d.



# Tommy Vip Nights

LIVEZONE

PVH

Le 'Tommy VIP Nights' sono una serie di store activation, realizzate il 25 e 26 marzo e il 14 e 15 ottobre in contemporanea a Milano, Torino, Firenze, Padova e Aosta, con l'obiettivo di fidelizzare e far crescere la community Tommy Together – il programma fedeltà del brand – attraverso una shopping experience esclusiva in cui i partecipanti hanno avuto l'opportunità di personalizzare, con ricami o disegni fatti a mano, i capi acquistati, bevendo un drink e con Dj Set live in sottofondo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** LiveZone

**Cliente:** PVH Italia - Tommy Hilfiger

**Data:** 25-26 marzo e 14-15 ottobre 2023

**Target:** pubblico generico

**Location:** Milano, Firenze, Padova, Aosta, Torino

**Budget:** n.d.



# Fatti di un'altra pasta

LIVING  
BRANDS  
*felicia*  
FATTI DI UN'ALTRA PASTA

Un pasta-bar Felicia che ingaggia i potenziali consumatori attraverso la promessa di un nuovo modo di interpretare la pasta, ricco di gusto sì ma anche di benessere.  
Promessa veicolata attraverso la leva della prova diretta del prodotto in due ricettazioni estive, in due contesti differenti ma sinergici: centro urbano, principali mall e punti vendita della città di Milano, oltre che presso le gallerie di alcuni dei principali centri commerciali nazionali.  
Ai consumatori più interessati, ingaggiati con un trial di prodotto ricettato, veniva consegnata una cartolina ricetta e un buono spesa con indicazione dei punti vendita di prossimità in cui trovare i prodotti Felicia.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Living Brands

**Cliente:** Felicia

**Data:** 1 giugno - 9 luglio 2023

**Target:** millennials, attenti ai temi di benessere alimentare

**Location:** città di Milano e principali mall/ipermercati dell'area milanese e nazionali.

**Budget:** €100.000 - €200.000



# Human & AI interaction with DOOH

Un'esperienza per l'utente immersiva e coinvolgente che ha unito il DOOH con l'Intelligenza Artificiale, per stimolare il drive to store verso il flagship Timberland di via Orefici 11 e l'amplificazione sui social con i contenuti UGC.

Un evento studiato per esplodere al massimo il concept di campagna Timberland 'Express Your True Colors', che ha permesso all'utente di scoprire il proprio vero colore con uno dei trend più forti del momento, il supporto dell'Intelligenza Artificiale Generativa, regalando la possibilità di essere protagonista su uno dei maxi led più iconici di Milano, uno spazio DOOH curvo di oltre 120 mq in via Dante.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Urban Vision

**Cliente:** Timberland Italia

**Data:** 6-7 ottobre 2023

**Target:** m/f, core 20-40 'adventure doers'

**Location:** Milano, Via Dante 17

**Budget:** €50.000 - €100.000



# The Laundry Screen



I panni stesi sui fili stendibiancheria appesi tra i vicoli nei Quartieri Spagnoli di Napoli sono conosciuti in tutto il mondo.

Quando il Napoli era a una partita dal raggiungere i quarti di finale dell'UCL per la prima volta nella sua storia, Prime Video, emittente della partita del Napoli UCL, ha deciso di trasformare gli iconici panni stesi in un media su cui tutti i tifosi del Napoli potessero guardare la partita.

Perché un risultato senza precedenti come questo meritava una diretta speciale mai vista prima, fatta nella maniera più napoletana di sempre.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** Amazon Prime Video

**Data:** 15 marzo 2023

**Target:** i tifosi di calcio italiani

**Location:** Napoli, vicoli dei Quartieri Spagnoli

**Budget:** €100.000 - €200.000





# glo<sup>TM</sup> for art

**2night.**  
glo

'glo<sup>TM</sup> for art' nasce per esaltare e stimolare gli artisti a creare installazioni creative, pop, impattanti, immersive, da vivere e sperimentare in prima persona.

Così la Darsena di Milano diventa un'unica gigante installazione a cielo aperto, in cui il 'Sole' di Vascellari si muove simulando alba e tramonto, la torre abbandonata e mai aperta prima di Largo Treves, nel cuore di Brera, diventa un'icona dell'arte da instagrammare e simbolo del Fuorisalone 2023, con la sua facciata di 40 metri e il suo interno da scoprire prima di essere abbattuta, e la scalinata della Galleria di Arte Moderna si eleva verso l'Aria con l'opera sinuosa ma imponente di Olimpia Zagnoli.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** BAT

**Data:** 17 aprile - 1 ottobre 2023

**Target:** fumatori di 25-40 anni che vivono in città

**Location:** Milano (Darsena), Milano (Triennale), Milano (Fuorisalone), Roma (Maxxi), Roma (Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea)

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Senstation On Ice

**AADV**  
ENTERTAINMENT

GRANDI  
STAZIONI  
RETAIL

Un'installazione creativa innovativa e spettacolare disegnata per sostenere il progetto di valorizzazione urbana di Piazza Duca D'Aosta in collaborazione con Grandi Stazioni Retail e patrocinata dal Comune di Milano.

Il più grande percorso ghiacciato scenografato mai allestito prima a Milano, con i suoi 1.400 mq, per offrire a tutti un'esperienza di intrattenimento unica nel suo genere, incorniciata in un villaggio natalizio, ad accesso gratuito, che ha ospitato anche una pista di snow tubing, la Casa di Babbo Natale e diversi igloo tematici.

30 giorni di evento che hanno registrato una presenza record di oltre 300.000 persone, 1 milione di reach social e oltre 300 servizi stampa e Tv.

Un progetto che ha combinato tecnologia e innovazione in funzione di una realizzazione più sostenibile.

## SCHEMA

**Organizzatore:** AADV Entertainment

**Cliente:** Grandi Stazioni Retail

**Data:** 7 dicembre 2022 - 8 gennaio 2023

**Target:** Famiglie e giovani

**Location:** Piazza Duca d'Aosta, Milano

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# GROHE SPA

## Health Through Water



GROHE SPA - Health Through Water è uno spettacolare specchio d'acqua di 650 mq che ha trasformato il cortile della Pinacoteca di Brera attraverso un gioco di riflessi, rendendo omaggio alla splendida architettura del palazzo.

Un progetto realizzato in collaborazione con il Global Design Team di LIXIL e completamente integrato nello spazio, in grado di operare una sintesi tra le dimensioni importanti dell'installazione e la delicatezza di un luogo dalla forte componente storico-artistica.

Un'installazione site specific imponente, ma capace di esaltare il fascino e la bellezza del luogo.

Agli angoli dell'installazione si ergono 4 cubi immersivi, rivestiti di specchi, che contribuiscono a moltiplicare il gioco di rifrazione dell'acqua e racchiudono le novità di prodotto GROHE SPA.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Adverteam | NEXT GROUP

**Cliente:** GROHE SPA - LIXIL

**Data:** 17-23 aprile 2023

**Target:** Consumer, Clienti, Prospect, Professional (Architetti, Designer), Media e Opinion Leader

**Location:** Pinacoteca di Brera, Milano

**Budget:** n.d.



# 'Mega Key' Opening Ca' Select



Il 25 maggio 2023 Select inaugura Ca' Select, casa e spazio eventi esclusivo che rimarca le origini ultracentenarie del brand a Venezia.

Come far scoprire ai residenti e ai tanti turisti questo luogo? Posizionando in uno dei campi di Venezia la riproduzione di una gigantesca chiave antica di 8 metri e relativo portachiavi, risultato di una preziosa collaborazione con la fornace Orsoni, realtà artigianale unica a Venezia.

L'installazione è rimasta esposta per una settimana durante i giorni dell'inaugurazione.

Un QR code posizionato nei pressi dell'installazione ha permesso ai passanti di visitare il sito di Ca' Select e prendere parte a un tour virtuale e così ammirare le bellezze di questi spazi.

Il sito nei giorni di esposizione della chiave ha visto una crescita esponenziale delle visite.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Arzanà & Enfants Terribles

**Cliente:** Gruppo Montenegro - Brand Select

**Data:** 23-27 maggio 2023

**Target:** consumer, giornalisti, influencer, residenti e turisti

**Location:** Venezia, Sestiere San Marco, Campo Santa Maria Formosa

**Budget:** n.d.



# ‘Vaporetto-Spritz’ alla Select Spritz Week



Il vaporetto Select ha rappresentato una vera e propria brand experience, premium ed esclusiva. Una ‘money can’t buy opportunity’: vivere l’esperienza autentica dello Spritz veneziano grazie a Select a bordo di un vaporetto, simbolo iconico della mobilità veneziana, trasformato in un salotto viaggiante, finemente decorato e curato in ogni dettaglio. Il vaporetto Select: terrazza ideale per godersi un aperitivo da una posizione unica e privilegiata.

L’experience ha previsto 2 fasi: la prima dedicata a giornalisti, influencer e key opinion leader, in un unconventional press day; la seconda destinata al business, trade, clienti e agenti Select nazionali e internazionali.

Grazie al brand Select tutti gli ospiti hanno potuto così scoprire e vivere lo spirito autentico di Venezia!

## SCHEMA

**Organizzatore:** Arzanà & Enfants Terribles

**Cliente:** Gruppo Montenegro - Brand Select

**Data:** 24 - 27 maggio 2023

**Target:** 50 Key opinion leaders e giornalisti. 8 Influencer. 80 Ospiti trade. Oltre 100 tra istituzioni locali, special guest (consumatori selezionati) nazionali e internazionali

**Location:** Venezia Canal Grande

**Budget:** n.d.



# Light is Life.

## Festa delle Luci A2A

Il progetto nasce dall'intesa tra il Direttore Creativo, Francesco Paolo Conticello e del Direttore Artistico Angelo Bonello e dalla loro comune visione globale della creatività contemporanea. Insieme, hanno costruito una narrazione avvincente e tracciato un percorso unico volto a valorizzare il territorio delle due città e la loro storia attraverso l'arte.

L'armonia di valori condivisi e di esperienze collettive si è tradotta in un lavoro in tandem, dove la creatività si intreccia con l'esperienza, generando un'esplosione di intuizioni innovative ed emozioni uniche.

Questa fusione artistica ha trasformato l'arte in un potente strumento per esplorare e celebrare l'identità culturale dei luoghi, rendendo il progetto un'autentica esperienza di scoperta e valorizzazione del patrimonio locale, riconosciuto dal mondo dell'arte, dalle Istituzioni e dai 670mila partecipanti.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Casta Diva Ideas

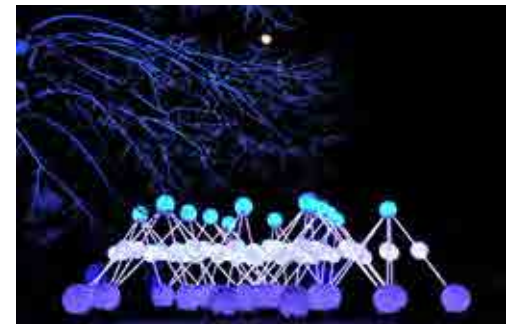
**Cliente:** a2a

**Data:** 10-26 febbraio 2023

**Target:** 18-65+ anni, appassionati di arte e di cultura, residenti in Lombardia e stranieri alla ricerca di nuovi linguaggi artistici

**Location:** Bergamo e Brescia

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Curva C

‘Curva C’ di Ciaopeople celebra i cittadini napoletani in occasione della vittoria dello scudetto del Napoli, documentando l’importante rinascita artistica, culturale e sportiva della città. Ciaopeople ha voluto rendere omaggio a Napoli e a tutti i suoi tifosi ampliando idealmente lo Stadio Maradona tramite, appunto, la ‘Curva C’: una proiezione di 200 ritratti fotografici sulle mura del Castel dell’Ovo dei cittadini che in tutti questi anni hanno contribuito alla crescita culturale, sociale ed economica della città. ‘Curva C’ non ha celebrato soltanto una vittoria, ma la passione, l’orgoglio e l’amore dei cittadini per la propria città.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Ciaopeople  
**Cliente:** Ciaopeople  
**Data:** 15 maggio - 15 giugno 2023  
**Target:** i tifosi della squadra Napoli e in generale tutti i cittadini napoletani  
**Location:** Napoli  
**Budget:** fino a 50.000 euro



# A Negroni Revolution

I MILLE



Per celebrare il cocktail più amato di sempre, il Negroni, e attirare l'attenzione dei suoi estimatori e dei gin lovers di tutto il mondo con un'idea innovativa, Malfy Gin ha creato il primo evento in deepfake live d'Italia.

Partendo da una semplice foto del conte che ha cambiato la storia della mixology, Malfy Gin ha ricostruito il suo volto grazie a un software d'intelligenza artificiale, per 'riportare in vita' Camillo Negroni in un evento che permetteva alle persone di interagire dal vivo con un'installazione e chiacchierare con lui durante l'aperitivo.

## SCHEDA

**Organizzatore:** I MILLE

**Cliente:** Pernod Ricard Italia - Malfy Gin

**Data:** 24 settembre 2023

**Target:** mass market, maggiorenti Gin/ Negroni lover, ma anche chi si avvicina per la prima volta al mondo dell'aperitivo

**Location:** Milano

**Budget:** €50.000 - €100.000





# Dior Parfums

## The Chandelier of Dreams

**JUNGLE**  
DIOR

L'universo natalizio onirico e raffinato di Dior si traduce in un'installazione on field dall'alto valore artistico. La maison francese, dal 6 dicembre 2022 al 6 gennaio 2023, è presente a Milano in Piazza della Scala con la riproduzione di uno spettacolare chandelier dorato, ispirato ai codici visivi del commercial di Natale prodotto dal brand.

I rami della struttura ospitano alle loro estremità 70 riproduzioni dell'iconica fragranza J'adore, e sono arricchiti da un sistema di cristalli e pendenti.

Il candelabro si adagia su un basamento decorato con illustrazioni di Pietro Ruffo, e rappresenta un inno alla meraviglia e alla raffinatezza, donando alla piazza un'atmosfera indimenticabile.

### **SCHEMA**

**Organizzatore:** Jungle

**Cliente:** LVMH Profumi e Cosmetici Italia

**Data:** 6 dicembre 2022 - 6 gennaio 2023

**Target:** pubblico trasversale

**Location:** Piazza Della Scala, Milano

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Voiello Miez'a Via Milano



'Miez'a Via' ha offerto a migliaia di persone un'esperienza unica e coinvolgente, che ha avuto il suo momento apicale con un imponente videomapping, seguito dal live show di Dada' e Livio Cori, amatissimi artisti napoletani. Un tributo alle luminarie che animano le feste partenopee, ma in un contesto completamente diverso come quello dei navigli milanesi, per celebrare una Napoli contemporanea e lontana dagli stereotipi. Quella tratteggiata nelle illustrazioni del collettivo di artisti The Napolitaner. O quella da sognare e indossare dei Vienmnsuonno1926, giovani fashion designer che firmano, in collaborazione con Voiello, una capsule collection presentata in anteprima a Milano. E naturalmente la Napoli dei sapori più intensi, quelli della Gran Penna Ruvida, al suo debutto ufficiale.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Creative concept, sviluppo comunicazione e design: Marimo; Design brand experience, videomapping e produzione eventi: Living Brands; Media & Entertainment Marketing: OMD/Fuse; PR e Ufficio Stampa: Omnicom PR Group  
**Cliente:** Barilla - Voiello  
**Data:** 21 giugno 2023  
**Target:** trasversale, 18-60  
**Location:** Milano  
**Budget:** n.d.



# Moving Data

Moving Data è un'esposizione interattiva di data art che mostra la rete di infrastrutture e servizi di Mundys, nonché l'impegno del Gruppo per la sostenibilità. Quest'opera vuole offrire uno sguardo coinvolgente e dinamico sulle innovazioni e le soluzioni messe in campo da Mundys per migliorare l'esperienza di viaggio quotidiana di passeggeri e viaggiatori. L'installazione è stata creata in modo tale da creare un effetto di totale immersione dei visitatori, coinvolti attivamente nella co-creazione dell'opera: la struttura specchiata dell'installazione dà l'illusione di trovarsi in uno spazio infinito dove chi entra nell'opera può immergersi completamente e farne parte. L'opera rappresenta un ottimo modello di equilibrio tra creatività e tecnologia.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Media Monks Milan

**Cliente:** Mundys

**Data:** 3 agosto - 20 settembre 2023

**Target:** viaggiatori internazionali

**Location:** Aeroporto Internazionale di Roma Fiumicino

**Budget:** €100.000 - €200.000



# *The Sinuous Overture*

## Immersive Room per Bulgari

**maize.**



**BVLGARI**  
ROMA

Nel 2023 l'icona Serpenti di Bulgari celebra il suo 75° anniversario e il brand onora l'occasione con la Serpenti Factory coinvolgendo artisti internazionali e commissionandoci installazioni immersive a Shanghai, Seoul, Milano e Tokyo. Obiettivo: creare un'esperienza capace di trasmettere l'avvolgenza dei prodotti Serpenti, raccontarne l'evoluzione nell'arco dei 75 anni e regalare al pubblico un memorabile momento di co-creazione.

Volevamo immergere il pubblico in un'esperienza sospesa nel tempo e nello spazio e coinvolgerlo in una modalità di esplorazione prodotto senza precedenti. Per adattarsi alle diverse situazioni di esposizione abbiamo studiato un dispositivo composto da: un cielo di monitor, una doppia quinta interattiva con sensori capacitivi e un sistema audio spazializzato.

### **SCHEDA**

**Organizzatore:** NEXT GROUP e MAIZE

**Cliente:** Bulgari

**Data:** 23 marzo - 19 novembre 2023

**Target:** appassionati del brand

**Location:** Shanghai - MoCA Shanghai | Seoul - Kukje Gallery | Milano - Dazio di Levante | Tokyo

**Budget:** €300.000 - €500.000



# *Avatar: The Way Of Water*

## Venice PR Stunt

**T3KNE**  
The Walt Disney Company

I canali di Venezia candidata a capitale mondiale della sostenibilità 2023 'illuminati' con la bioluminescenza di Pandora, celebrando l'uscita di 'Avatar: Le Vie dell'Acqua' e il suo messaggio di rispetto dell'ambiente marino con uno spettacolare Pr Stunt.

Interi sestieri storici di Venezia trasformati con proiezioni di luce blu e video mapping per alcune notti come omaggio al nuovo film. Uno scenario spettacolare ritratto in un video drone emozionale di risonanza social internazionale, foto artistiche e raccontato nei post e video social di migliaia di cittadini, turisti, influencer e giornalisti invitati ad assistere all'evento dal vivo.

Realizzato in partnership con il Comune di Venezia, installati oltre 500 proiettori grazie al partner tecnologico Artled.

### **SCHEDA**

**Organizzatore:** T3KNE

**Cliente:** The Walt Disney Company Italia

**Data:** 15-18 novembre 2022

**Target:** all audiences

**Location:** Venezia

**Budget:** n.d.



# *The Little Mermaid*

## Sardinia PR Stunt

**T3KNE**  
The Walt Disney Company

Come celebrare un territorio e il suo legame con la produzione del nuovo film Disney 'La Sirenetta'? Creando uno show magico, con un video mapping stunt mai visto prima per dimensioni (il più grande show video mapping mai realizzato in EU). Un omaggio alle radici culturali delle leggende marine della Sardegna, che ha coinvolto i luoghi dove il film è stato girato (l'affascinante spiaggia di Rena Majore e l'abitato di Castelsardo, uno dei borghi più belli d'Italia), e la popolazione locale che ha ospitato la produzione durante le riprese. Creando risonanza internazionale attraverso uscite PR, Hero Video, decine di migliaia di condivisioni social di influencer (invitati ad assistere dal vivo) e del cast.

Realizzato grazie al supporto della Sardegna Film Commission con il partner tecnologico Artled.

### **SCHEDA**

**Organizzatore:** T3KNE  
**Cliente:** The Walt Disney Company Italia  
**Data:** 14-17 maggio 2023  
**Target:** all audiences  
**Location:** Sardegna - Comune di Castelsardo, Comune di Aglientu  
**Budget:** n.d.



# Connections by Plenitude + Be Charge

 uniting



plenitude



becharge

Connections è un'installazione unica per esplorare l'importanza della condivisione dei valori fondamentali di Futuro, Innovazione, Sostenibilità e Mobilità, che costituiscono il cuore del brand Plenitude + Be Charge. Il concetto di condivisione è presentato attraverso un linguaggio innovativo e un design all'avanguardia, che includono l'utilizzo di arte interattiva generativa. L'installazione è stata concepita come un'esperienza immersiva e tecnologicamente avanzata. Invita i partecipanti a interagire con gli elementi fisici dell'area esperienziale, dando vita a un'opera d'arte generativa, individuale e collettiva, che visualizza il flusso di energia che muove ogni cosa. Questa experience mira a comunicare il potenziale del cambiamento attraverso il potere delle connessioni.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Uniting Group

**Cliente:** Plenitude + Be Charge

**Data:** 17-23 aprile 2023

**Target:** consumer, stakeholder, community

**Location:** Opificio 31 - Via Tortona 31, Milano

**Budget:** €400.000 - €500.000



# La Dolce Vita di Netflix

URBAN VISION  
**NETFLIX**

Traendo ispirazione dalle famose insegne che, a partire dagli anni '30, spopolarono agli ingressi dei cinema americani, Netflix ha portato nel cuore di Roma un old-fashioned marquee, volta ad una comunicazione dinamica, creativa e che potesse attrarre l'attenzione del pubblico.

Tramite l'utilizzo di singole lettere 3D installate sull'apposita griglia, il Marquee ha comunicato messaggi ispirazionali e spiritosi che cambiavano ogni settimana, adattandosi alle tendenze sociali e ai titoli Netflix più attesi. I protagonisti di questi ultimi hanno popolato la location per gli eventi di lancio che li hanno coinvolti.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Urban Vision

**Cliente:** Netflix Italia

**Data:** 1 maggio - 31 dicembre

**Target:** 15-60 y.o., appassionati di serie Tv, cinema e intrattenimento audiovisivo

**Location:** Piazza di Trevi, Roma

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000





# The Laundry Screen



Per comunicare che, a partire dalla stagione sportiva 2022/23, all'interno della piattaforma Amazon Prime Video, oltre al catalogo On Demand di film e serie Tv, era possibile vedere in Live la migliore partita di UEFA Champions League del mercoledì sera, abbiamo trasmesso la partita in streaming in un modo che potesse esprimere lo spirito napoletano: sugli iconici panni stesi nelle corde stese nei Quartieri Spagnoli.

Un'esperienza calcistica coinvolgente che ha portato migliaia di tifosi a guardare insieme su Prime Video il Napoli, come non avevano mai visto prima, e a catturare l'interesse degli appassionati di calcio di tutta Italia.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night  
**Cliente:** Amazon Prime Video  
**Data:** 15 marzo 2023  
**Target:** i tifosi di calcio italiani  
**Location:** Napoli, vicoli dei Quartieri Spagnoli  
**Budget:** €100.000 - €200.000



# GROHE SPA

## Health Through Water



GROHE SPA - Health Through Water è uno spettacolare specchio d'acqua di 650 mq che ha trasformato il cortile della Pinacoteca di Brera attraverso un gioco di riflessi, rendendo omaggio alla splendida architettura del palazzo.

Un progetto realizzato in collaborazione con il Global Design Team di LIXIL e completamente integrato nello spazio, in grado di operare una sintesi tra le dimensioni importanti dell'installazione e la delicatezza di un luogo dalla forte componente storico-artistica.

Un'installazione site specific imponente, ma capace di esaltare il fascino e la bellezza del luogo.

Agli angoli dell'installazione si ergono 4 cubi immersivi, rivestiti di specchi, che contribuiscono a moltiplicare il gioco di rifrazione dell'acqua e racchiudono le novità di prodotto GROHE SPA.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Adverteam | NEXT GROUP

**Cliente:** GROHE SPA - LIXIL

**Data:** 17-23 aprile 2023

**Target:** Consumer, Clienti, Prospect, Professional (Architetti, Designer), Media e Opinion Leader

**Location:** Pinacoteca di Brera, Milano

**Budget:** n.d.



# Jameson Black Barrel

## Pop Up Store



A dicembre 2022, per dare al periodo natalizio tutto un altro spirito, l'agenzia di eventi ALL – parte del gruppo Uniting – ha ideato e realizzato un pop up store in via Moscova a Milano per lanciare la nuova referenza del whiskey Jameson Black Barrel.

Molto più di un semplice negozio, un evento permanente di 20 giorni di attivazione dedicato al brand e ai consumatori che potevano vivere esperienze diverse in una struttura totalmente rivisitata per l'occasione: 90 mq dalle mille anime, dentro cui è stato definito un programma di attività giornaliera, dalle masterclass con bartender esperti alle degustazioni, dalle serate comedy ai Dj Set. Naturalmente, visto il periodo, si potevano acquistare special pack con panettoni by Martesana e bottiglie customizzate. E ovviamente bere whiskey JBB!

### SCHEDA

**Organizzatore:** ALL, part of Uniting Group  
**Cliente:** Pernod Ricard - Jameson  
**Data:** 1-23 dicembre 2022  
**Target:** target primario: 30-45; target goal: 20-35  
**Location:** Milano - Via Moscova  
**Budget:** €100.000 - €200.000



# MSC World Europa Naming Ceremony



Doha, e il vivace contesto legato all'inizio della Coppa del Mondo FIFA 2023, hanno ospitato l'evento di battesimo di una nuova, straordinaria nave da crociera MSC: la World Europa che rappresenta la nuova frontiera del viaggio in nave per le sue caratteristiche in termini di tecnologia e sostenibilità.

Una notte di festa, per più di 2.000 ospiti, clienti e istituzioni che si sono goduti una bellissima serata tra una performance live dello Youth Choir of Qatar, un video mapping realizzato in collaborazione con Ouchhh Studio, un Drone Show realizzato con 600 droni, una performance dal vivo di Matteo Bocelli e uno spettacolo pirotecnico per il Gran Final, oltre alla classica rottura della bottiglia per il varo, e una cena di Gala con un'asta NFT a scopo benefico.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Balich Wonder Studio  
**Cliente:** MSC Cruises  
**Data:** 13 novembre 2022  
**Target:** clienti fidelizzati e autorità  
**Location:** Doha, Qatar  
**Budget:** €4.000.000 - €5.000.000



# KI NO BI

## In the Heart of Kyoto

Crescenzi&amp;Co.

季  
の  
美

KI NO BI.  
Kyoto Dry Gin

11 Maggio 2021, Pernod Ricard sceglie Crescenzi & Co. per il lancio sul mercato italiano del gin giapponese KI NO BI. La sua richiesta è stata molto sfidante: ricreare in centro a Milano un angolo di Kyoto, coi suoi giardini e le sue atmosfere uniche. Crescenzi & Co. ha voluto così ricreare un viaggio non solo nei luoghi ma soprattutto nell'anima di un gin dalla storia e dal gusto assolutamente unici.

Giornalisti, influencer e 'cool people' hanno avuto modo di vivere una vera e propria sinestesia presso una location dal sapore e dalle suggestioni del Paese del Sol Levante, integrata con elementi creati ad hoc in perfetta sintonia con l'atmosfera del luogo.

Le componenti botaniche del prodotto sono diventate fiori e piante, ma anche musica ed essenze profumate, coinvolgendo tutti i sensi.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Crescenzi & Co.

**Cliente:** Pernod Ricard

**Data:** 11 maggio 2023

**Target:** press, consumer, cool people

**Location:** Finger's Garden

**Budget:** €50.000 - €100.000



# Maserati GT2 Première

**FMA**hub  
ORANGE MEDIA GROUP



L'evento è stato organizzato nel prestigioso contesto delle CrowdStrike 24 Hours of Spa, una delle competizioni di resistenza più celebrate nel mondo dell'automobilismo. Lo stand allestito secondo i nuovi codici grafici e visivi di Maserati Corse e curato nei minimi dettagli ha conferito all'unveiling un'importanza speciale, sottolineando il ritorno di Maserati alle corse. Una parte fondamentale dell'evento è stata la press conference condotta da Viky Piria, una figura di spicco nel mondo delle corse, che ha contribuito a creare un'atmosfera coinvolgente e professionale. La press conference è stata arricchita anche dalla partecipazione del pilota collaudatore Andrea Bartolini, Racing Advisor di Maserati Corse. L'evento è stato preceduto e seguito da un press trip per alcuni i giornalisti selezionati, un viaggio di avvicinamento da Modena a Spa e ritorno a bordo di MC20 e MC20 Cielo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** FMA hub

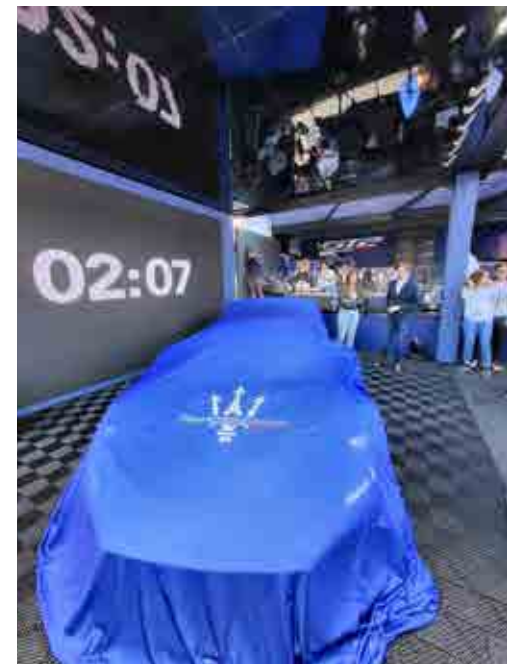
**Cliente:** Maserati

**Data:** 29 giugno - 2 luglio 2023

**Target:** BTB scuderie, clienti Maserati e prospect possessori di auto di lusso

**Location:** CrowdStrike 24 Hours of Spa @Circuit of Spa[1]Francorchamps (Spa -Belgium)

**Budget:** €200.000 - €300.000



GROUND CONTROL



# MSC Euribia Naming Ceremony

Ground Control ha organizzato l'evento di lancio di MSC Euribia, la nave più green della flotta MSC, la prima a compiere una crociera a emissioni zero.

La cerimonia ha avuto il suo culmine l'8 giugno 2023 a Copenhagen durante il World Ocean Day. Ground Control ha curato la direzione artistica e la produzione dell'evento che è partito dall'inaugurazione dell'Area Kids con gli Urban Theory, con la creazione di speciali contenuti 3D per l'enorme Led screen della promenade, fino al gran finale, la cerimonia condotta da Sarah Grünewald, con il Royal Danish Ballet, il concerto di Tony Hadley, la performance di Pernille Rosendahl, e la toccante partecipazione della diva e madrina MSC, Sophia Loren.

A fine cerimonia i 2.500 invitati hanno ballato sulla musica di uno straordinario Bob Sinclair.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Ground Control

**Cliente:** MSC Cruises

**Data:** 6-8 agosto 2023

**Target:** giornalisti, agenti, stakeholder, influencer

**Location:** Amsterdam - Copenhagen

**Budget:** €800.000 - €1.000.000





# Lamborghini Revuelto From Now On

L'evento rappresenta una milestone nella storia di Lamborghini. Il lancio della nuova Revuelto ha l'obiettivo di sancire l'inizio di un'epoca con la prima HPEV del colosso automotive, una supersportiva ibrida V12 ad alte prestazioni.

7 eventi nell'evento in cui i concetti di innovazione e sostenibilità si incontrano grazie all'utilizzo di tecnologie d'avanguardia, che hanno reso l'evento immersivo e ingaggiante.

'From Now On' è stato il concept che ha guidato l'execution di un progetto che ha tra i suoi obiettivi quello di coinvolgere i maggiori stakeholder, top client, personaggi del mondo dello sport e dello spettacolo, ma anche di essere motivo di orgoglio per tutti coloro che lavorano in Lamborghini.

Parole chiave sono state celebrazione, esclusività, innovazione e orgoglio.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Gruppo Gattinoni

**Cliente:** Lamborghini

**Data:** 29-30 marzo 2023

**Target:** 850 partecipanti tra top client, dealer, personalità del mondo dello sport e dello spettacolo e giornalisti; il target, inoltre, era su invito diretto da parte di Lamborghini

**Location:** Headquarter Lamborghini presso Sant'Agata Bolognese

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000





# New Toyota CH-R The Choice



Il 3 ottobre '23, presso il Palazzo dei Congressi di Roma, si è svolto l'evento di lancio del Nuovo Toyota C-HR e Toyota Land Cruiser. Due reveal diversi in un susseguirsi di sorprese e scoperte. Partendo dal 'Let's Go Beyond' – la Promise Brand che Toyota ha utilizzato a livello internazionale –, Gruppo Peroni Eventi ha realizzato un evento che ha saputo coinvolgere e stupire i partecipanti. New C-HR 'The Choice' è stato il messaggio portante, accompagnato da una vera call to action – 'Let's Discover Our Next Level' – vissuta realmente in location. 600 Ospiti tra dealer e interni di Toyota Italia hanno potuto vivere una presentazione con un reveal progettato con un effetto sorpresa, giocando sul concetto di 'nulla è come appare'.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Gruppo Peroni Eventi  
**Cliente:** Toyota Italia  
**Data:** 3 ottobre 2023  
**Target:** Dealer e Dipendenti  
**Location:** Palazzo dei Congressi - Roma  
**Budget:** €500.000 - €800.000



# Lancio iliadbusiness

Evento progettato per annunciare il lancio dell'offerta business, che era stata anticipata da una campagna teaser caratterizzata dalla tipica formula degli annunci di lavoro 'AAA cercasi'. L'evento si è svolto in forma di keynote e ha coinvolto un pubblico misto, composto da giornalisti, inviti PR, influencer, business e trade partner, dipendenti iliad.

Protagonista dell'evento una vera e propria black box dominata da un maxi schermo LED all'interno della quale si è svolto il reveal e dove gli ospiti sono potuti accedere solo pochi secondi prima del via, in modo da generare suspense e rendere il lancio memorabile e con un twist unico rispetto ai classici schemi di questa tipologia di eventi.

## SCHEMA

**Organizzatore:** iliad Italia

**Cliente:** iliad

**Data:** 4 maggio 2023

**Target:** press, PR, influencer, partner commerciali, dipendenti

**Location:** Superstudio Più / Central Point

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Stile Capri Wave



Un evento on boat nella Baia di Capri pensato per lanciare sul mercato la nuova birra Peroni Nastro Azzurro Stile Capri, ispirata alla tipica estate italiana.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Italia Eventi Group

**Cliente:** Birra Peroni

**Data:** 2-3 luglio 2023

**Target:** stimolare il trial della nuova birra Peroni Nastro Azzurro Stile Capri grazie a un evento esclusivo nella baia di Capri

**Location:** Isola Di Capri

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Ferrari New Special Series

## Anteprima

Live



‘New Special Series Anteprima’ è il riflesso perfetto del prodotto di lancio: un’esperienza riservata a pochissimi, capace di trasferire sulla pelle l’adrenalina della guida Ferrari. L’evento diventa così il terreno per il brivido della pista, la libertà della strada, un design grandioso e una performance ineguagliabile.

Le emozioni di guida Ferrari sono tradotte in design futuristico, tecnologie coinvolgenti, contenuti media ad alto impatto emotivo, musica e audio immersivi, tutto elegantemente arrangiato all’interno di uno storytelling emozionale e innovativo.

Un’inedita soluzione per rappresentare l’aerodinamica, dipinta su schermo trasparente, e un sorprendente doppio reveal sono il culmine di un evento di lancio che ha potentemente impressionato i selezionatissimi ospiti.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Live.Com

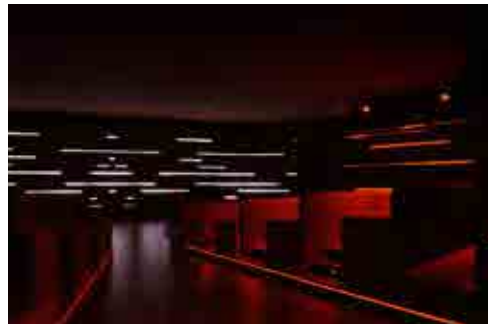
**Cliente:** Ferrari

**Data:** 19-28 giugno 2023

**Target:** clienti

**Location:** ASGT Building, Pista di Fiorano

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Limonaia Urbana

LIVING  
BRANDS

PESTO  
Barilla

‘Limonaia Urbana’ è un orizzonte inatteso e sorprendente sull’estate italiana: il contrasto tra una tipica limonaia a picco sul blu e l’ambiente urbano. Trasporta immediatamente le persone, lungo la risalita di un ascensore, in un’ideale, tipica, sognante, iconografica, atmosfera estiva... “come essere in Costiera Amalfitana pur rimanendo in città”.

Un’attivazione esteticamente dirompente, per non convenzionalità e disruption, con un allestimento immersivo che trasforma il tetto di un palazzo con vista sulle iconiche guglie del Duomo in una limonaia mediterranea, ispirata al gusto di Pesto Barilla Basilico e Limone.

Un’esperienza olistica tra sapori, colori, profumi, suoni, masterclass a tema food e di artigianato. Un format proprietario che arriverà in numerose capitali d’Europa e del mondo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Living Brands

**Cliente:** Barilla G. e R. F.II S.p.A.

**Data:** 24-27 maggio 2023

**Target:** 1) per il PR Event, giornalisti, stakeholder, influencer, pubblico interno, su scala europea; 2) Consumer Event: core target, cittadini milanesi (età 25-54); main target, Pesto users.

**Location:** Milano, Piazza Duomo

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Alfa Romeo 33 Stradale

## Il coraggio di sognare | World Première



Anteprima mondiale della nuova Alfa Romeo 33 Stradale. Una vettura che si ispira al precedente modello rinomato per la sua bellezza e il suo design, la 33 Stradale originale, costruita nel 1967. L'evento si svolge il 30 agosto presso il Museo Storico Alfa Romeo. Un vasto pubblico da tutto il mondo, è collegato in diretta streaming per assistere alla rinascita di questa icona. Lo spettacolo è composto da vari atti che raccontano la storia del progetto originale 33 con una combinazione di immagini storiche e narrazione, mescolate a un approccio altamente tecnologico e contemporaneo. Un attore accompagna gli ospiti in questo viaggio che culmina in un emozionante reveal show della nuova vettura.

### SCHEMA

**Organizzatore:** The Next Event + The Next World | NEXT GROUP  
**Cliente:** Alfa Romeo  
**Data:** 30 agosto 2023  
**Target:** pubblico di tutto il mondo  
**Location:** Museo Storico Alfa Romeo  
**Budget:** €500.000 - €800.000



# Ferrari Roma Spider

## World Première



Il concept dell'evento ruota intorno a 'La Nuova DolceVita' interpretata in una serata da vivere en plein air, per i 900 Top Client di Ferrari.

Il giardino del Palazzo è stato messo al centro dell'esperienza della presentazione della nuova Spider. La scenografia ha fatto rivivere le antiche piscine del Palazzo, facendole attraversare da una 'passerella' per evocare una sfilata di moda. Tutt'intorno un'elegante lounge per gli ospiti.

La nuova Ferrari è uscita dal Torrino, accompagnata dalle musiche con arrangiamenti marocchini di un'orchestra dal vivo. Sul lato opposto 30 metri di schermo di effetto 'cinematografico'.

Dopo il reveal, lo schermo si è sollevato e ha svelato la cena da 'mille e una notte' allestita in una tendostruttura illuminata da centinaia di lanterne.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Ferrari  
**Data:** 16-18 marzo 2023  
**Target:** 900 ospiti, clienti e giornalisti invitati da Ferrari  
**Location:** Palais El-Badii, Marrakesh  
**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# CNH Dealer Convention

## Europe 2023



A dieci anni dal precedente incontro con i Dealer, CNHi con i suoi brand New Holland e Case IH, ha voluto riunire la forza vendita per presentare i nuovi prodotti e servizi unitamente alle nuove strategie di approccio al mercato. Con l'occasione si è voluta presentare la gamma completa dei brand e creare occasioni di analisi approfondite dei singoli mercati.

La gamma dei veicoli si è dispiegata intorno agli ospiti, li ha abbracciati e si è mostrata in tutta la sua possenza. Il concept ha reso i veicoli elementi costitutivi della scenografia creando così un continuum con le ali dei prodotti esposti.

Ciascuno dei nuovi modelli e dei servizi ha avuto un reveal dedicato per sottolineare, anche quantitativamente, l'impegno dei brand nel lanciare sul mercato un'offerta sempre adeguata.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Triumph Group International

**Cliente:** CNHi

**Data:** 6-9 marzo 2023

**Target:** dealer europei, management internazionale, best client

**Location:** Madrid - IFEMA

**Budget:** n.d.





# glo<sup>TM</sup> for art

**2night.**  
glo

Il progetto 'glo<sup>TM</sup> for art' è un innovativo progetto integrato che ha permesso di attivare in modo premium e posizionante i consumatori (on e off line) nelle diverse città e location presidiate. Inaugurato con la domination della Darsena a Milano, è poi diventato uno degli highlight del Fuorisalone 2023, per poi sbarcare a Roma a Settembre dello stesso anno. Oltre agli eventi principali sono stati realizzati due happening in occasione delle acquisizioni presso Maxxi e Triennale, con vernissage e 'cene d'artista', ideate da Nico Vascellari, che hanno ingaggiato stampa, stakeholder e istituzioni.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** BAT

**Data:** 17 aprile - 1 ottobre 2023

**Target:** fumatori di 25-40 anni che vivono in città

**Location:** Milano (Darsena), Milano (Triennale), Milano (Fuorisalone), Roma (Maxxi), Roma (Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea)

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# My Dacia Road



Nel 2022 Dacia ha lanciato il nuovo brand dove essenzialità, spirito outdoor e sostenibilità sono diventati i nuovi caratteri principali. Per raggiungere nuovi clienti e rafforzare la brand identity, Dacia ha ideato un roadshow che facesse toccare con mano il nuovo posizionamento. È nato così il 'My Dacia Road', il primo contest nazionale per amanti dell'avventura, dedicato a tutti i clienti e prospect Dacia, che regala ai suoi partecipanti weekend all'insegna dell'outdoor, alla guida di Duster nelle più suggestive località di montagna italiane.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Apload

**Cliente:** Dacia Italia

**Data:** 22 luglio 2022 - 3 dicembre 2023

**Target:** Membri della community Dacia e prospect

**Location:** Bormio, Val Sarentino, Cervinia, Val di Fiemme, Lavaredo, Claviere, Maiella

**Budget:** €300.000 - €400.000



# Porsche Roof Tent Experience

‘Porsche RoofTent Experience’ è un format innovativo, un nuovo modo di concepire i roadshow con una vision rivolta alla sostenibilità.

Tre tappe da luglio a settembre – Lago di Como, Cortina d’Ampezzo e Limone Piemonte –, che hanno coinvolto stampa e Top Client Porsche in un’esperienza indimenticabile: trascorrere una notte all’interno di una tenda da tetto allestita su una Porsche Taycan Turbo S Cross Turismo in un contesto naturale mozzafiato.

Un’esperienza ‘once in my life’ capace di coniugare il piacere della guida Porsche, l’amore per la natura e per il benessere fisico e mentale.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Cannizzo Produzioni

**Cliente:** Porsche Italia

**Data:** 1 luglio - 3 settembre 2023  
 Target: Press, Top Client Porsche selezionati dai Dealer locali

**Location:** Lago di Como, Cortina d’Ampezzo, Limone Piemonte

**Budget:** €50.000 - €100.000



# #MercedesExperience

## Taste of Nature



‘Taste Of Nature’ è il nome dei due nuovi retail format 2023, all’insegna di sostenibilità ed eccellenza, progettati per offrire un coinvolgimento totale, in perfetta sintonia con i valori del brand. Due le **#MercedesExperience** sensoriali confezionate per i dealer di tutta Italia, che hanno aderito all’iniziativa coinvolgendo clienti e prospect in un percorso percettivo, unico e autentico in 48 eventi su tutto il territorio italiano.

Un’immersione nella natura, tra terra e mare, per scoprire i valori del brand Mercedes-Benz in un modo rivoluzionario e dal forte impatto emozionale.

Una driving experience che conduce gli ospiti alla scoperta di eccellenze stagionali Made in Italy, dal gusto sostenibile ed unico.

Un successo per il brand ma anche per il pianeta, che gode di eventi realizzati ‘ad impatto positivo’.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Gruppo Peroni Eventi

**Cliente:** Mercedes Benz Italia

**Data:** 1 marzo - 15 dicembre 2023

**Target:** clienti, giornalisti, influencer, consumatore finale

**Location:** tutto il territorio nazionale

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Agenzie in Scena

## Tour Teatri 2022



Krear Srl Agenzia Eventi di Milano ha organizzato, per conto di Cattolica Assicurazioni, Compagnia del Gruppo Generali Italia, un grande evento in tutta Italia rivolto ad Agenti, subagenti e collaboratori.

Agenzie in Scena - Protagonisti del Futuro, un tour di 23 tappe nell'arco di oltre 2 mesi su tutto il territorio nazionale, ospitato dai meravigliosi Teatri Italiani.

Il viaggio è iniziato in ottobre a Lodi per concludersi a metà dicembre a Verona, un intenso percorso all'insegna di condivisione e collaborazione, con l'obiettivo di dare un forte segnale di presenza e sostegno da parte della Compagnia, senza farsi mancare l'emozione di uno spettacolo teatrale dedicato.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Krear  
**Cliente:** Cattolica Assicurazioni  
**Data:** 26 settembre - 15 dicembre 2022  
**Target:** agenti, collaboratori, front office di tutta la rete di Cattolica Assicurazioni  
**Location:** Italia  
**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Corona Sunsets



La strada verso il tramonto è stata lunga, intensa ed emozionante.

Il progetto Corona Sunsets è iniziato a maggio con le 'Sunsets Hours', 100 serate per 50 locali in 5 regioni, da Nord a Sud dell'Italia, con live e Dj Set per più di 300 ore di musica.

Le 'Sunsets Session', tra maggio e giugno, due location d'eccezione, Milano CityLife con la live session di Jack Jaselli con Simona Severini e il Dj Set di Samuel, e il Rama Beach di Napoli con l'esibizione di Gabriele Esposito. Infine, il main event, il 22 luglio al Teatro del Silenzio di Lajatico per l'unica tappa italiana del Corona Sunsets Festival World Tour 2023, con 8.000 persone immerse nella natura per 10 ore di musica live con artisti internazionali, un Sunsets Moment indimenticabile, un eco-village con workshop e attività artistiche.

## SCHEMA

**Organizzatore:** LiveZone

**Cliente:** AB InBev

**Data:** 27 maggio - 22 luglio 2023

**Target:** pubblico generico, età media 30 anni

**Location:** Festival: Lajatico (PI); Sessions: Milano, Napoli; Hours: Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia

**Budget:** n.d.



# View to view Malfy Tour

MAITAI  
UNCONVENTIONAL COMMUNICATIONS



L'iconico arco di Malfy si è aperto su 30 viste italiane, unendo un set up immersivo a un ingaggio multisensoriale.

Il format, on air da luglio ad agosto 2023, ha portato i partecipanti a scoprire le sfumature e la profondità del gusto di Malfy nella sua interezza: le essenze costituenti del brand sono state infatti protagoniste dell'ingaggio e hanno premesso la degustazione del prodotto, mentre lo splendido set up allestitivo, culminante nello splendido arco aperto sui migliori panorami italiani, ha celebrato il senso della vista e creato splendide memorie, condivise con i presenti grazie a fotografi professionali.

Il cubo Malfy, oggetto di design realizzato per il tour, ha completato il percorso attraverso stimoli tattili e sonori, regalando ai partecipanti una serata indimenticabile.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Assogestioni Servizi

**Cliente:** Pernod Ricard

**Data:** 1 luglio - 26 settembre 2023

**Target:** unisex dai 20 ai 40

**Location:** road tour

**Budget:** €200.000 - €300.000



# Excellence

## UniSalute Premium Experience

6 eventi, 6 straordinarie location, 6 esperienze esclusive e 1.500 agenti Top Player UnipolSai: tutto ciò è 'Excellence – UniSalute Premium Experience', esperienza di on-boarding appagante che enfatizza i concetti di eccellenza e specializzazione.

Una narrazione che passa dagli speech tecnici, allo storytelling degli chef direttamente sul palco, alle visite guidate di carattere storico artistico, fino alle degustazioni enogastronomiche e alle ricercate cene placée, dove catering di altissimo livello recuperano e attualizzano la cucina del territorio con esperienza e creatività, sulle note di pianoforte e violini.

Un viaggio esclusivo nella Grande Bellezza e tra i sapori del miglior food made in Italy.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Mediagroup98

**Cliente:** UniSalute

**Data:** 17 ottobre - 28 novembre 2022

**Target:** agenti Top Player UnipolSai

**Location:** Venaria Reale di Torino; Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo Da Vinci a Milano; Villa Corsini a Mezzomonte (Fi); Villa Miani a Roma; Complesso Monumentale di Santa Chiara a Napoli; Villa Arvedi a Grezzana (Vr)

**Budget:** n.d.





# *The Sinuous Overture*

## Immersive Room per Bulgari

maize.

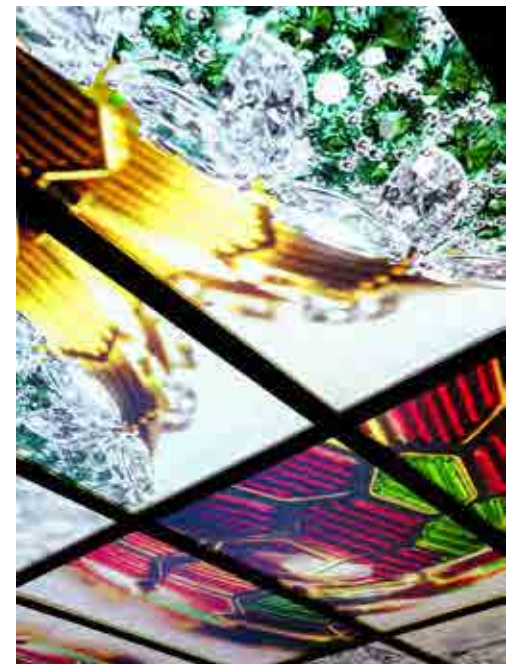
BVLGARI  
ROMA

Nel 2023 l'icona Serpenti di Bulgari celebra il suo 75° anniversario e il brand onora l'occasione con la Serpenti Factory coinvolgendo artisti internazionali e commissionandoci installazioni immersive a Shanghai, Seoul, Milano e Tokyo. Obiettivo: creare un'esperienza capace di trasmettere l'avvolgenza dei prodotti Serpenti, raccontarne l'evoluzione nell'arco dei 75 anni e regalare al pubblico un memorabile momento di co-creazione.

Volevamo immergere il pubblico in un'esperienza sospesa nel tempo e nello spazio e coinvolgerlo in una modalità di esplorazione prodotto senza precedenti. Per adattarsi alle diverse situazioni di esposizione abbiamo studiato un dispositivo composto da: un cielo di monitor, una doppia quinta interattiva con sensori capacitivi e un sistema audio spazializzato.

### SCHEDA

**Organizzatore:** NEXT GROUP e MAIZE  
**Cliente:** Bulgari  
**Data:** 23 marzo - 19 novembre 2023  
**Target:** appassionati del brand  
**Location:** Shanghai - MoCA Shanghai | Seoul - Kukje Gallery | Milano - Dazio di Levante | Tokyo  
**Budget:** €300.000 - €500.000



# You&ME



Un tour itinerante in 3 città italiane: Firenze, Novara e Padova. L'obiettivo del Tour è far scoprire ai giovani e alle persone in via di riqualificazione professionale le opportunità di formazione gratuite e lavorative che il Gruppo LVMH offre all'interno degli ambiti della Creazione, dell'Artigianato e della Customer Experience, con il fine di reclutare i migliori talenti nel mondo dei savoir-faire.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Xister Reply

**Cliente:** Mestieri d'Ecceellenza LVMH

**Data:** 14 aprile - 29 settembre 2023

**Target:** giovani e adulti in riconversione professionale

**Location:** Firenze - Palazzo Pucci; Novara - Castello di Novara; Padova - Centro Culturale Altinate

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Global Trends OTR

## a Digital Branded Format

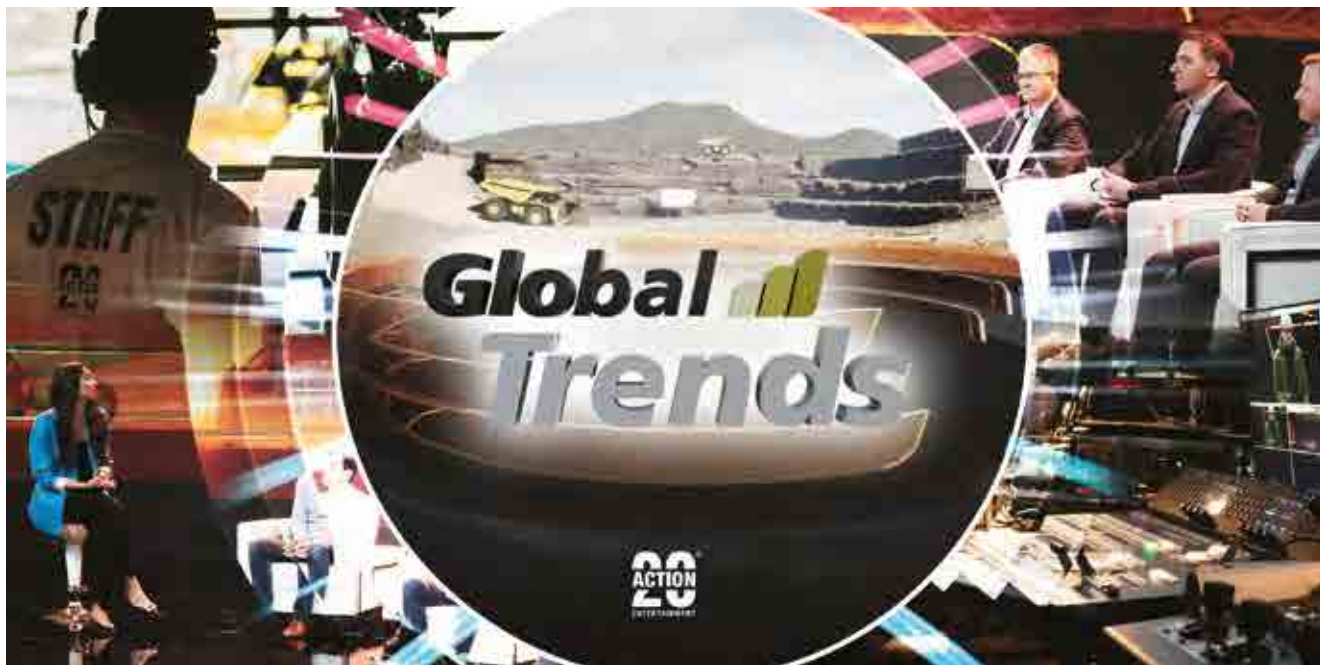


Come parlare di un segmento complesso come l'OTR, relativo ai mezzi OffThe Road, ad un pubblico sempre più digitale? Adottando nuovi linguaggi e facendoli immergere in veri e propri mondi come mai prima. Da questo concept nasce Global Trends OTR, un evento digital talk show di calibro internazionale che utilizza tecnologia XR e realtà estesa immersiva per creare interazione tra reale e virtuale.

Mappatura 3D, design di ambienti in Augmented Reality, green screen avanzato con tecnologia di limbo hanno permesso ad ospiti e scenari virtuali di interagire in piena continuità attraverso software di produzione che hanno coordinato visuale ed effetti speciali in tempo reale: un nuovo concetto di format che collega l'estetica ai valori di innovazione del contenuto informativo.

### SCHEDA

**Organizzatore:** 20ACTION Entertainment  
**Cliente:** BKT Tires  
**Data:** 21 marzo-20 giugno 2023  
**Target:** 20-55 anni, interessati e coinvolti in tematiche di settore  
**Location:** piattaforma digitale BKT Network  
**Budget:** n.d.



# Coca-Cola Super Match



Il 'Coca-Cola Super Match' è un progetto cross-mediale che sfrutta tutti i touchpoint di comunicazione digitale per rendere l'esperienza del tifoso innovativa e immersiva. Per la prima volta, nel mondo del calcio, il tifoso diventa parte integrante dello spettacolo, avendo l'opportunità di interagire Live con i commentatori del match e indirizzare i temi di discussione. La distanza tra il tifoso e le community si riduce quindi grazie all'utilizzo di sondaggi, commenti, reazioni in tempo reale.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Access Live Communication/EssenceMediacom/Dazn  
**Cliente:** The Coca-Cola Company  
**Data:** 1 settembre 2022 - 30 maggio 2023  
**Target:** appassionati di calcio, teenager e young adult  
**Location:** Studi televisivi DAZN, Cologno Monzese  
**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Light is Life.

## Festa delle Luci A2A

La costruzione di 'Light is Life. Festa delle Luci A2A' ha avuto come punto centrale l'attenzione alla sostenibilità. L'intera manifestazione è stata alimentata da energia proveniente da fonti rinnovabili e realizzata con l'utilizzo di LED a basso consumo. Tutta la comunicazione del festival – da quella social a quella esplicativa delle opere (paline informative) – ha riportato informazioni, consigli e indicazioni sul risparmio energetico. Anche la campagna di raccolta fondi ha portato risultati eccezionali, con oltre 240mila euro raccolti a sostegno della Fondazione Banco dell'energia che sono stati reinvestiti in progetti a favore delle famiglie in difficoltà di Brescia e Bergamo. Sono state altresì create sinergie con partner di settore come Signify – società che conduce una costante ricerca verso l'innovazione tecnologica a favore della sostenibilità – che per Light is Life ha realizzato lampade 3D in plastica riciclata a basso consumo.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Casta Diva Ideas

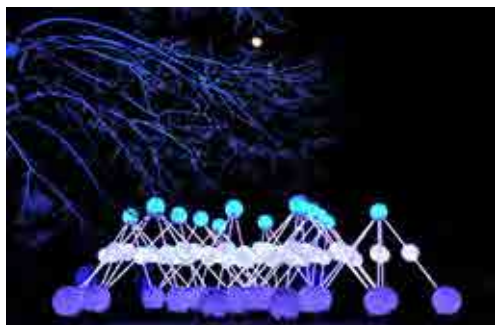
**Cliente:** a2a

**Data:** 10-26 febbraio 2023

**Target:** 18-65+ anni, appassionati di arte e di cultura, residenti in Lombardia e stranieri alla ricerca di nuovi linguaggi artistici

**Location:** Bergamo e Brescia

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Corona Sunsets



Il progetto Corona Sunsets è stato completamente Plastic Free ed è in lizza per raggiungere la certificazione dell'Ente Internazionale Oceanic Global.

Il Sunsets Festival ha preso vita nella cornice naturale del Teatro del Silenzio di Lajatico, con il coinvolgimento di migliaia di persone, artisti internazionali e il lavoro incessante di centinaia di addetti.

Tutto il processo di produzione è stato gestito con lo scopo di ottenere la certificazione Blue Standard, adottando le misure di sostenibilità previste dalle linee guida imposte dall'ente.

Set-up in legno riciclato, ferro e juta, un eco-village con attività di sensibilizzazione per il pubblico ed esperienze formative sui temi dell'upcycling, del rispetto dell'ambiente, della pulizia dei mari con Seaqual.

## SCHEMA

**Organizzatore:** LiveZone

**Cliente:** AB InBev

**Data:** 27 maggio - 22 luglio 2023

**Target:** pubblico generico, età media 30 anni

**Location:** Festival: Lajatico (PI); Sessions: Milano, Napoli; Hours: Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia

**Budget:** n.d.



# Green&Blue Festival

piano b  
**GEDI**  
GRUPPO EDITORIALE

‘Green&Blue’ è lo speciale de La Repubblica dedicato a clima, biodiversità, energia, mobilità, economia, tecnologia diretto da Riccardo Luna. Per la sua seconda edizione il festival si è ispirato al concept ‘Earth for All, Una Terra per Tutti’, la ricerca condotta da un collettivo di pensatori, scienziati e leader del cambiamento climatico convocato dal Club di Roma.

Tre giornate a ingresso gratuito per discutere e fare il punto sull’urgenza del contrasto al cambiamento climatico ma anche per analizzare le grandi opportunità di una trasformazione necessaria, accompagnate da due serate di festa e musica nel parco della biblioteca degli alberi. Il festival nel complesso della sua proposta è stato concepito, sviluppato e prodotto mettendo in opera soluzioni mirate a ridurre l’impatto ambientale.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Piano B

**Cliente:** GEDI Gruppo Editoriale

**Data:** 6-8 giugno 2023

**Target:** trasversale - evento rivolto a chi lavora nel settore e anche al pubblico generico che vuole informarsi

**Location:** Milano, IBM Studios e Bam Biblioteca degli alberi

**Budget:** €200.000 - €300.000



# Rom-E

## Ecosostenibilità e Futuro

‘Rom-E Ecosostenibilità e Futuro’, è un festival diffuso di 3 giorni nel cuore di Roma dedicato alla sostenibilità. Ha una doppia anima: teorica, con un articolato convegno di apertura alla Casa del Cinema, e pratica, con 4 aree espositive nel cuore di Roma.

Stand fatti di superficie specchiata per riflettere il contesto urbano in cui sono inseriti in modo da ‘scompare’ e non impattare sulla città che li ospita. All’interno aziende e organizzazioni incontrano il pubblico presentando i loro prodotti e servizi pensati per favorire la sostenibilità ambientale.

Un’intensa proposta di attività di intrattenimento ecosostenibili e a basso impatto energetico per coinvolgere il pubblico e diffondere la cultura del sostenibile, riflettendo insieme sulla sua importanza in modo semplice, con un sorriso.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Sport Network

**Cliente:** Sport Network

**Data:** 6-8 ottobre 2023

**Target:** adulti 25-64 anni, ma con tematiche sviluppate anche per i più piccoli, per radicare sin dalla giovane età la cultura dell’elettrico e del sostenibile

**Location:** Roma: Viale delle Magnolie a Villa Borghese, Piazza Mignanelli (Piazza di Spagna), Largo dei Lombardi a Via del Corso, Ponte Milvio

**Budget:** €200.000 - €300.000





# WCD2023

## 25<sup>th</sup> World Congress of Dermatology

**.TriumphGroup**  
experience.emotion.events



Il WCD2023 segna importanti primati in termini di evento a impronta sostenibile, pilota nel settore congressuale.

Le sue Green Policy hanno promosso il concatenarsi di una serie di attività e iniziative atte a divulgare valori di sostenibilità tra i partecipanti, tra i più grandi player del mondo pharma e beauty e nella comunità locale.

Una case history per gli stessi enti statali che hanno analizzato l'evento non solo dal punto di vista medico-scientifico, ma anche sociale e ambientale, rendendone così evidente l'impatto sul territorio dove si è operato.

Un congresso divenuto milestone, in cui le parole chiave sono: dialogo, coinvolgimento e territorio – inteso non solo come spazio su cui agire ma come cultura, abitudini, punti deboli e di forza con cui relazionarci.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Triumph Group International

**Cliente:** ILDS International League of Dermatological Societies & DSS Dermatological Society of Singapore

**Data:** 3-8 luglio 2023

**Target:** medici dermatologi, reumatologi, immunologi, oncologi, chirurghi estetici, infermieri e studenti di medicina, farmacisti, specializzandi, sponsor settore dermo-cosmesi

**Location:** Suntec Singapore Convention & Exhibition Centre; Pan Pacific Hotel Singapore

**Budget:** oltre €5.000.000



# Run For Inclusion



'Run For Inclusion' è un evento unico che celebra i valori di diversità, inclusione e sostenibilità in modo coinvolgente e partecipativo, mettendo al centro una corsa non competitiva come simbolo aggregativo.

L'obiettivo è ispirare un cambiamento culturale e sociale attraverso la celebrazione della diversità, il coinvolgimento della comunità, l'educazione e la creazione di un messaggio visibile.

In sintesi, 'Run For Inclusion' è un'esplosione di entusiasmo dedicata a un mondo più inclusivo, un percorso per allenare la città alla partecipazione, un modello di attivazione per permettere alle aziende di dare voce concreta ai valori dell'agenda 2030.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Uniting Group

**Cliente:** Uniting Group

**Data:** 29-30 ottobre 2022

**Target:** consumer, dipendenti aziende, istituzioni, associazioni terzo settore, stakeholder ESG

**Location:** Arco della Pace, Milano

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Salone dell'Alto Artigianato Italiano



CITTA' DI  
VENEZIA



Ospitato negli spazi gestiti dal Comune all'Arsenale di Venezia, il Salone dell'Alto Artigianato è un evento voluto dal Sindaco Luigi Brugnaro e organizzato per il Comune dalla partecipata Vela Spa applicando sin dalla prima edizione i principi di sostenibilità nella progettazione e realizzazione dell'evento stesso e ottenendo da subito la certificazione ISO 20121 dall'ente RINA.

Con la finalità di promuovere la delocalizzazione del turismo e una maggiore consapevolezza e rispetto per la città, il Salone è stato l'occasione per conoscere e sperimentare attraverso dimostrazioni e laboratori gli antichi mestieri artigiani, avvicinando le nuove generazioni alla trasmissione dei saperi anche grazie all'utilizzo delle tecnologie innovative per valorizzare un patrimonio immateriale di competenze.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Vela  
**Cliente:** Comune di Venezia  
**Data:** 28 settembre - 1 ottobre 2023  
**Target:** pubblico generico, comunità locali, buyer, turismo di settore, residenti, professionisti del settore  
**Location:** Arsenale di Venezia  
**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Sognando Itaca 2023

ALPHAOMEGA  
GROUPASSOCIAZIONE ITALIANA  
CONTRO LEUCEMIE  
LINFOMI E MIELOMA

‘Sognando Itaca’ è un viaggio in barca a vela lungo la costa adriatica che fa tappa in 9 città. In ogni approdo si svolge un Itaca Day, una giornata durante la quale l’equipaggio formato da malati, medici, infermieri, psicologi e skipper professionisti vivono insieme un’esperienza unica, lontani dai luoghi di cura e in un contesto di assoluta.

Come Ulisse, anche i pazienti onco-ematologici si trovano ad affrontare un mare aperto, sconosciuto e pieno di insidie.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Alphaomega

**Cliente:** Associazione Italiana Contro Leucemie Linfomi e Mieloma (AIL) - Nazionale

**Data:** 10-23 giugno 2023

**Target:** pazienti dei centri di ematologia locali e loro famiglie, operatori sanitari e volontari; coinvolte anche stampa e istituzioni locali

**Location:** Venezia, Reale Società Canottieri Bucintoro (12 giugno); Pesaro, Cantiere Navale Rossini (16 giugno); Ancona, Porto Turistico Marina Dorica (17 giugno)

**Budget:** fino a €50.000





# Deliveroo presenta Venezia

Deliveroo sbarca nella Laguna di Venezia su un gondolone color 'teal'.  
Un ingresso in grande stile che ottiene risonanza nazionale e internazionale attraverso un video hero e una strategia media multichannel.  
Un nuovo servizio arriva in città, un gondolone si colora insolitamente, i Rider diventano Walker, la prima consegna lascia in bocca il sapore di Deliveroo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Alphaomega  
**Cliente:** Deliveroo Italy  
**Data:** 16-18 maggio 2023  
**Target:** residenti a Venezia; community IG e TikTok di Deliveroo e degli influencer partecipanti all'iniziativa  
**Location:** Venezia  
**Budget:** fino a €50.000



# Sorpresa Perfetta

LIVING  
BRANDS  
cameo  
Ristorante

A Qualto, piccolo borgo nel cuore dell'Appennino bolognese, l'ultimo ristorante ha chiuso i battenti nel Marzo 2020 e, quando arriva la sera, i circa ottanta abitanti si chiudono in casa perché non c'è più alcun luogo di ritrovo. A loro, cameo con Pizza Ristorante dedica una 'Sorpresa Perfetta'.

Rispondendo a un appello sui social dell'Assessore Roberto Serra, cameo Pizza Ristorante arriva a Qualto per recuperare i locali abbandonati e aprire una vera e propria pizzeria, la cui sala a cielo aperto è la piazza del borgo stesso. Riportando, per una sera, tra la gente la gioia e tutto il gusto dello stare insieme.

Durante l'evento il brand e l'Assessore annunciano inoltre alla comunità una sorpresa nella sorpresa: la donazione di un chiosco-pizzeria permanente che sarà installato in Novembre.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Living Brands

**Cliente:** cameo

**Data:** 20 settembre - 20 novembre 2023

**Target:** adulti e famiglie, amanti della pizza.

**Location:** Qualto, piccolo borgo nel cuore dell'Appennino bolognese

**Budget:** fino a €50,000



# glo™ for art

**2night.**  
glo

Il progetto 'glo™ for art' è un format proprietario e distintivo di successo e ad alta potenzialità, una vera e propria piattaforma di comunicazione che posiziona glo™ nel territorio dell'arte come mecenate moderno e punto di riferimento italiano nel panorama della creatività, coinvolgendo in modo unico consumer e media.

Il successo del format sta nella sua credibilità e nella sua capacità di coinvolgere artisti unici in produzioni di opere di livello: basti pensare che le opere prodotte sono state acquisite, nei soli due primi anni di attività, dalle massime istituzioni nazionali (MAXXI, Triennale, Gnam), facendo entrare il progetto a pieno titolo nell'immaginario artistico in modo permanente.

Visto il successo del progetto, BAT sta valutando di estendere il format a livello internazionale.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** BAT

**Data:** 17 aprile - 1 ottobre 2023

**Target:** fumatori di 25-40 anni che vivono in città

**Location:** Milano (Darsena), Milano (Triennale), Milano (Fuorisalone), Roma (Maxxi), Roma (Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea)

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Ceres 60

2night.

CERES 

Ceres vuole festeggiare i suoi primi 60 anni e per farlo ha deciso di celebrare le 'leggende di strada', cioè tutte quelle persone che appartengono alla strada, perchè la strada le ha rese quello che sono, così com'è stato in tutti questi anni per Ceres.

Per farlo ha deciso di organizzare un compleanno leggendario a Ceres, un piccolo paese della provincia di Torino.

Un binomio unico e non programmato che unisce in modo indissolubile una delle etichette di birra più amate e un paese montano di 1.000 anime, riuscendo a creare la festa di compleanno più unica e leggendaria di sempre.

## SCHEDA

**Organizzatore:** 2night  
**Cliente:** Ceres  
**Data:** 22 luglio 2023  
**Target:** 20-35 y.o.  
**Location:** Ceres (TO)  
**Budget:** €200.000 - €300.000





# Global Trends OTR

## a Digital Branded Format



Come parlare di un segmento complesso come l'OTR, relativo ai mezzi OffThe Road, ad un pubblico sempre più digitale? Adottando nuovi linguaggi e facendoli immergere in veri e propri mondi come mai prima. Da questo concept nasce Global Trends OTR, un evento digital talk show di calibro internazionale che utilizza tecnologia XR e realtà estesa immersiva per creare interazione tra reale e virtuale.

Quattro puntate, quattro tematiche in trend nel settore di riferimento. Protagonisti sono 12 ospiti d'eccellenza, provenienti da 5 diversi paesi e guidati da una notissima host internazionale. Dal concept del format alla produzione, dalla gestione della regia alla comunicazione esterna e le campagne multicanale, dai servizi di PR al talent management, abbiamo seguito ogni fase del progetto.

### SCHEDA

**Organizzatore:** 20ACTION Entertainment  
**Cliente:** BKT Tires  
**Data:** 21 marzo-20 giugno 2023  
**Target:** 20-55 anni, interessati e coinvolti in tematiche di settore  
**Location:** piattaforma digitale BKT Network  
**Budget:** n.d.



# Coca-Cola Pizza Village Milano



Eletto Best Food Festival in the World con oltre 1 milione di presenze ogni anno a Napoli, è il Format che, da oltre 10 anni, celebra un viaggio straordinario nel mondo della pizza coinvolgendo i migliori maestri pizzaioli, la filiera, il territorio.

Per la prima volta nella storia, Pizza Village ha riunito le migliori pizzerie napoletane offrendo al pubblico l'opportunità di apprezzare nello stesso momento e nello stesso luogo le migliori ricette. Un'esperienza che include grandi live, competizioni, pizza class, laboratori per bambini, workshop e conferenze, tutto ad accesso gratuito.

Innovazione e cultura hanno dettato il ritmo di una crescita costante, che da Napoli ha portato il Brand a New York e Milano, preparandolo, con energia e passione, alle prossime mete: Londra ed Emirati Arabi.

## SCHEDA

**Organizzatore:** AADV Entertainment & Oramata Grandi Eventi  
**Cliente:** AADV Entertainment & Oramata Grandi Eventi  
**Data:** 7-10 settembre 2023  
**Target:** famiglie e under 50  
**Location:** Milano - Parco di CityLife  
**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Milano Beauty Week 2023

**ACCESS**  
LIVE COMMUNICATION  
COSMETICA ITALIA  
associazione nazionale imprese cosmetiche

La Milano Beauty Week è un evento del tutto unico nel suo genere, grazie alla sua originalità, alla sua identità forte e alla sua posizione nel settore. Ha messo in evidenza la bellezza seguendo un format innovativo, che ha coinvolto tutti i player, dalle aziende ai consumatori, dalle istituzioni alle PR. È andata oltre la semplice celebrazione estetica della bellezza: ha infatti interpretato diversi aspetti del tema, passando anche dall'arte, dalla responsabilità sociale, dall'inclusione e dalla sostenibilità. La sua capacità di coinvolgere vari stakeholder e di offrire esperienze coinvolgenti lo ha reso un evento unico nel suo genere. Rappresenta un format con un potenziale di espansione a livello nazionale e internazionale, con opportunità di crescita significative.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Cosmetica Italia/Access Live Communication  
**Cliente:** Cosmetica Italia  
**Data:** 26 settembre - 2 ottobre 2023  
**Target:** cittadini, aziende, PR, istituzioni  
**Location:** Palazzo Giureconsulti, Palazzo Castiglioni, 7 temporary tra Via Mercati e Piazza Duomo, un tram.  
**Budget:** €200.000 - €300.000



# Coca-Cola Super Match



Coca-Cola e Access Live Communication hanno sviluppato un format innovativo di infotainment sportivo, prodotto da DAZN e in onda sulle piattaforme streaming del canale Tv.

Per la prima volta nel mondo del calcio, il tifoso diventa parte integrante dello spettacolo, avendo l'opportunità di interagire Live con i commentatori del match e indirizzare i temi di discussione grazie all'utilizzo di sondaggi, commenti, reazioni in tempo reale.

Ad arricchire il format la presenza di community digitali popolari per il target e il coinvolgimento di Legend del calcio: lo studio diventa così un ambiente informale dove il prodotto entra a far parte della convivialità del momento e il tifoso parte integrante della discussione.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Access Live Communication/EssenceMediacom/DAZN  
**Cliente:** The Coca-Cola Company  
**Data:** 1 settembre 2022 - 30 maggio 2023  
**Target:** appassionati di calcio, teenager e young adult  
**Location:** Studi televisivi DAZN, Cologno Monzese  
**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# *Cheese x Slow Food*

## Le forme del latte

L'evento firmato Slow Food è il più grande appuntamento internazionale dedicato ai formaggi naturali e alla loro biodiversità. Ogni due anni le vie e le piazze della città di Bra si animano dei racconti di pastori, casari e affinatori da tutto il mondo, per 4 giornate all'insegna del cibo 'buono, pulito e giusto', attirando centinaia di migliaia di visitatori. Non solo prodotti lattiero caseari, ma anche cucine di strada, birrifici, etichette di vino.

Oltre 300 poi gli eventi in programma: proiezioni e conferenze, percorsi didattici, degustazioni, 'Appuntamenti a tavola' con chef italiani e internazionali, lezioni di cucina e show cooking. Un format circolare, nella sua cadenza, nei suoi obiettivi e nella sua esecuzione, che da 28 anni diffonde cultura, formazione e sostenibilità.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Arneis

**Cliente:** Slow Food

**Data:** 15-18 settembre 2023

**Target:** pubblico ampio: operatori del settore, consumatori e appassionati, ma anche famiglie, coppie, amici e tutti coloro che desiderano trascorrere un momento di svago, consumando e acquistando prodotti di qualità

**Location:** Comune di Bra, Cuneo

**Budget:** n.d.



# Salone del Risparmio

**CLINIQ  
BRAND  
SURGERY**

**ASSOGESTIONI**  
Associazione di Esperti Gestiti

Area espositiva, sale conferenza e facilities per i visitatori coniugano qualità del contenuto e dell'esperienza a 360°.

Ogni edizione condensa l'attualità in un titolo originale e la declina in sette percorsi tematici ideati per orientare le conferenze e aiutare il visitatore a costruire il proprio viaggio nella kermesse.

Un viaggio fatto di luoghi distintivi, come l'EduCorner frutto della partnership con associazioni ed enti di formazione, e arricchito da servizi specializzati, tra cui una proposta di ristorazione che unisce street food e cucina stellata.

Originale anche il post-evento, con un indice proprietario quali-quantitativo di valutazione dei contenuti. Da tale metrica scaturisce 'Content is King', contest che premia le conferenze e spinge le società sponsor al miglioramento.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Assogestioni Servizi

**Cliente:** Assogestioni

**Data:** 16-18 maggio 2023

**Target:** operatori del settore del risparmio gestito (SGR, consulenti finanziari, autorità), giornalisti, studenti e famiglie (risparmiatori)

**Location:** Milano

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# La Città dei Bambini e dei Ragazzi



La Città dei Bambini e dei Ragazzi è il primo museo esperienziale dedicato ai cinque sensi: un ambiente tecnologico e colorato, sorprendente anche negli allestimenti scenografici; un museo interattivo da visitare con i genitori, in gruppo, con la scuola.

L'intero spazio, progettato secondo le linee guida dello studio di Renzo Piano, è pensato per intrattenere e stimolare bambini di età diverse, offrendo in ogni area delle specifiche attività sviluppate in collaborazione con i più prestigiosi partner scientifici (Fondazione Montessori, tra i vari).

In linea con la filosofia dell'edutainment, la struttura propone un percorso espositivo che non esisteva fino ad oggi – volto ad approfondire le proprie conoscenze attraverso il gioco e l'esperienza diretta.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Filmmaster

**Cliente:** Costa Edutainment

**Data:** 2 dicembre 2022 - 16 ottobre 2023

**Target:** famiglie residenti e turisti – con figli di età compresa tra i 2 e i 12 anni, istituti scolastici primari e secondari di primo grado

**Location:** Porto Antico di Genova

**Budget:** €4.000.000 - €5.000.000



# Tile Week 2023



‘Tile Week’ è il risultato di un’analisi strategica dei bisogni di Marazzi (leader del settore), di distinguersi e riposizionarsi in un contesto in cui altri operatori da 3 anni aprivano le porte delle loro sedi ai clienti.

Il rischio era agire sulla potenza muscolare per ‘superare’ gli altri, ma non proporre nulla di originale e nuovo. Il ragionamento è stato: ‘ragiona da leader!’, non agire sulla potenza muscolare, ma fai qualcosa di diverso.

Così è stato inventato ‘Tile Week’, un evento diffuso, molto più di una convention o di una festa, in grado di generare emozioni, di essere un momento di scambio commerciale in un contesto diverso (in casa Marazzi), ma soprattutto di diventare memorabile e ripetitivo.

## SCHEDA

**Organizzatore:** H&A Motivation Company  
**Cliente:** MARAZZI GROUP  
**Data:** 24-29 settembre 2023  
**Target:** clienti  
**Location:** Sede Marazzi Group  
**Budget:** €500.000 - €800.000





# Ferrari Finali Mondiali 2022



‘Finali Mondiali 2022’, celebrazione del 30° anniversario del Ferrari Challenge, ha coinvolto oltre 40.000 ospiti in loco e 286.000 spettatori online.

Le competizioni live, le esibizioni e il reveal delle nuove vetture hanno creato momenti indimenticabili grazie alle tecnologie innovative e animazioni avanzate sviluppate su una superficie tematica di 10.000 mq.

Un’edizione che ha promosso sinergie tra target e categorie diverse, offrendo una fidelizzazione impattante ed un notevole ROI. Una manifestazione eclatante in grado di rappresentare un ottimo esempio di comunicazione circolare, fidelizzando client, prospect, media e partner, e di connettere il pubblico presente o collegato, creando una connessione duratura con format e brand.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Live.Com

**Cliente:** Ferrari

**Data:** 25-31 ottobre 2022

**Target:** clienti e appassionati

**Location:** Autodromo Enzo e Dino Ferrari, Imola

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Limonaia Urbana

LIVING  
BRANDS



‘Limonaia Urbana’ è un orizzonte inatteso e sorprendente sull’estate italiana: il contrasto tra una tipica limonaia a picco sul blu e l’ambiente urbano. Trasporta immediatamente le persone, lungo la risalita di un ascensore, in un’ideale, tipica, sognante, iconografica, atmosfera estiva... “come essere in Costiera Amalfitana pur rimanendo in città”.

Un’attivazione esteticamente dirompente, per non convenzionalità e disruption, con un allestimento immersivo che trasforma il tetto di un palazzo con vista sulle iconiche guglie del Duomo in una limonaia mediterranea, ispirata al gusto di Pesto Barilla Basilico e Limone.

Un’esperienza olistica tra sapori, colori, profumi, suoni, masterclass a tema food e di artigianato.

Un format proprietario che arriverà in numerose capitali d’Europa e del mondo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Living Brands

**Cliente:** Barilla G. e R. F.lli S.p.A.

**Data:** 24-27 maggio 2023

**Target:** 1) per il PR Event, giornalisti, stakeholder, influencer, pubblico interno, su scala europea; 2) Consumer Event: core target, cittadini milanesi (età 25-54); main target, Pesto users.

**Location:** Milano, Piazza Duomo

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Balloon Museum



Balloon Museum è un format creato da un team curatoriale che progetta e allestisce mostre d'arte contemporanea con opere che hanno l'aria come elemento distintivo.

Un viaggio tra installazioni fuori scala dalle forme inaspettate in cui l'interazione con lo spettatore è posta al centro dell'esperienza. Arte da toccare quindi, da vivere e condividere, mai statica, che crea una relazione innovativa con il fruitore, dando vita a un percorso esperienziale di socializzazione.

Questo approccio non convenzionale alla cultura affascina e incuriosisce adulti e bambini, appassionati e curiosi, e sta contribuendo ad affermare l'Inflatable Art come uno dei più acclamati movimenti Pop al mondo.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Lux Eventi

**Cliente:** Lux Eventi

**Data:** Milano: 23 Dicembre 2022- 12 Febbraio 2023; Madrid: 18 Marzo - 23 Luglio 2023; Napoli e New York ancora in corso

**Target:** 00-99

**Location:** Milano (Superstudio), Madrid (Casa de Campo)

**Budget:** oltre €5.000.000



# Christmas World



Christmas World è il format che celebra le suggestive atmosfere natalizie, immergendo gli spettatori in un viaggio attraverso gli scorci iconici di diverse città del mondo, riprodotti con grande maestria da scenografi e artisti italiani.

La manifestazione è un viaggio che crea una connessione profonda con il pubblico e che ancor di più si propone come un'opportunità per esplorare emozioni autentiche e spostare i limiti dell'immaginazione lì dove vive la fantasia.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Lux Eventi

**Cliente:** Lux Eventi

**Data:** 3 dicembre 2022 - 9 gennaio 2023

**Target:** 00-99

**Location:** Parco di Villa Borghese a Roma,

**Budget:** €3.000.000 - €4.000.000



# *This is Wonderland*



THIS IS  
WONDERLAND

Ogni giorno, a Roma, il Giardino delle Cascate al Laghetto dell'Eur si è trasformato come per magia in una favola dal vivo, per raccontare uno dei più bei classici della letteratura, 'Alice nel Paese delle Meraviglie' scritto da Lewis Carrol nel 1865.

Una rilettura del tutto nuova, quella di This is Wonderland, in cui ogni spettatore diventa il protagonista della propria avventura e l'autore di una storia alternativa, dove solo chi sa perdersi può varcare la soglia dell'immaginazione.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Lux Eventi

**Cliente:** Lux Eventi

**Data:** 6 Luglio - 5 Novembre 2023

**Target:** 00-99

**Location:** Roma, il Giardino delle Cascate al Laghetto dell'Eur

**Budget:** €3.000.000 - €4.000.000



# The Island 2023

MUSA

‘The Island’ è il primo format originale di Musa, agenzia di creative entertainment che ha la missione di ideare e realizzare esperienze uniche per i brand e per le persone attraverso i potenti linguaggi della musica e dell'intrattenimento, con l'intento di generare un impatto positivo. Attitudine creativa, padronanza delle tecniche di storytelling e capacità produttiva dell'agenzia si fondono nell'ideazione, sviluppo e messa a terra ‘The Island’, che parte da un concept creativo forte e attuale e si traduce in un evento fisico e in forti strategie di contenuto per raggiungere il target e al tempo stesso gli obiettivi dei partner che ogni anno sposano il progetto. ‘The Island’ vede ogni brand partner assumere un ruolo specifico, con attività coerenti e una content strategy ad hoc.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Musa  
**Cliente:** format proprietario di Musa  
**Data:** 1-4 giugno 2023  
**Target:** donne e uomini, Late Gen Z e Millennial (25-45 anni). Trendsetter, creativi, amanti della musica, dai gusti sofisticati, alto-spendenti, alternativi, ambientalisti, viaggiatori, party addicted, aperti alla condivisione e al divertimento, cosmopoliti.  
**Location:** Pantelleria  
**Budget:** €300.000 - €400.000



# Padel Trend Expo 2023

**PADEL TREND**



Padel Trend Expo, il primo grande evento internazionale dedicato interamente alla community e industry B2C e B2B del padel. Allianz MiCo Milano 13-15 gennaio '23.

Un 'Concept Expo' innovativo che ha fatto vivere agli oltre 18.000 visitatori una 3 giorni immersiva. Un programma ricchissimo di contenuti coinvolgenti e formativi (intrattenimento, shopping, esibizioni, clinic, iniziative sociali e workshop).

Il padiglione di 18.000mq è diventato un marketplace e un enorme Padel Club con 6 campi da Padel e 2 da Pickelball. Coach e top player si sono alternati con esibizioni e clinic formative. Personaggi del mondo dello spettacolo, ex calciatori ed ex atleti, si sono sfidati intrattenendo il pubblico.

È stato inoltre un momento di formazione per scuole, giovani talenti, persone con disabilità.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Padel Trend - NEXT GROUP

**Cliente:** Padel Trend - NEXT GROUP

**Data:** 13-15 gennaio 2023

**Target:** B2C: appassionati, giocatori, professionisti; B2B: aziende, istituzioni, circoli sportivi, federazioni, media

**Location:** Allianz MiCo Milano Convention Center

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Skate & Surf Film Festival Milano

‘Skate & Surf Film Festival’ è il primo evento internazionale che promuove la cultura del surf e dello skate in Italia. Una vetrina dei film più interessanti del surf e dello skate nazionale e internazionale: documentari per ispirare, diari di viaggio per stimolare, film d’azione per stupire e filmati per ipnotizzare.

Ma ‘Skate & Surf Film Festival’ non è solo film festival: è musica, arte, skate contest, upcycling, market, skate school, progetti sociali, inclusione, incontro e confronto. È una vera celebrazione, una festa dei valori più autentici della cultura del surf e dello skate.

In 7 anni di attività ‘Skate & Surf Film Festival’ è diventato un’istituzione nel panorama milanese e un punto di riferimento a livello internazionale e nel 2023 è approdato negli spazi dell’Exmacello.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Piano B + Block10

**Cliente:** Onde Nostre di Block10

**Data:** 26-28 maggio 2023

**Target:** appassionati, curiosi, amanti dello sport e della natura, amanti della cultura, dell’arte, del cinema, da 0 a 99 anni

**Location:** Exmacello, Viale Molise 62, Milano

**Budget:** €300.000 - €400.000





# Rom-E

## Ecosostenibilità e Futuro

Rom-E è un format di proprietà della concessionaria adv Sport Network che giunge nel 2023 alla sua terza edizione, interamente realizzata in house.

Ha una doppia anima: teorica, con un articolato convegno di apertura alla Casa del Cinema, e pratica, con 4 aree espositive nel cuore di Roma.

Stand fatti di superficie specchiata per riflettere il contesto urbano in cui sono inseriti in modo da 'scomparere' e non impattare sulla città che li ospita. All'interno aziende e organizzazioni incontrano il pubblico presentando i loro prodotti e servizi pensati per favorire la sostenibilità ambientale.

Un'intensa proposta di attività di intrattenimento ecosostenibili e a basso impatto energetico per coinvolgere il pubblico e diffondere la cultura del sostenibile.

### **SCHEDA**

**Organizzatore:** Sport Network

**Cliente:** Sport Network

**Data:** 6-8 ottobre 2023

**Target:** adulti 25-64 anni, ma con tematiche sviluppate anche per i più piccoli, per radicare sin dalla giovane età la cultura dell'elettrico e del sostenibile

**Location:** Roma: Viale delle Magnolie a Villa Borghese, Piazza Mignanelli (Piazza di Spagna), Largo dei Lombardi a Via del Corso, Ponte Milvio

**Budget:** €200.000 - €300.000



# Run For Inclusion



‘Run For Inclusion’ è un evento unico che celebra i valori di diversità, inclusione e sostenibilità in modo coinvolgente e partecipativo, mettendo al centro una corsa non competitiva come simbolo aggregativo.

L’obiettivo è ispirare un cambiamento culturale e sociale attraverso la celebrazione della diversità, il coinvolgimento della comunità, l’educazione e la creazione di un messaggio visibile.

In sintesi, ‘Run For Inclusion’ è un’esplosione di entusiasmo dedicata a un mondo più inclusivo, un percorso per allenare la città alla partecipazione, un modello di attivazione per permettere alle aziende di dare voce concreta ai valori dell’agenda 2030.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Uniting Group  
**Cliente:** Uniting Group  
**Data:** 29-30 ottobre 2022  
**Target:** consumer, dipendenti aziende, istituzioni, associazioni terzo settore, stakeholder ESG  
**Location:** Arco della Pace, Milano  
**Budget:** €400.000 - €500.000



# Ceres 60

2night.

CERES 

L'evento Ceres 60 ha richiesto una gestione sapiente degli elementi di maggiore complessità organizzativa:

- Ceres è un paesino delle Valli di Lanzo molto complesso da gestire dal punto di vista della sicurezza e della gestione di 8.000 persone, e ha richiesto una attenta gestione dei flussi e lo spostamento di attrezzature e mezzi importanti.
- La gestione della logistica è stata molto complessa e delicata con una sola strada che dà accesso al paese con il rischio di paralizzare tutto il Territorio. Per questo motivo è stato istituito un sistema di prenotazione di 11 parcheggi auto dislocati in tutte le vallate capaci di ospitare più di 4.000 auto e un sistema di navette attivo fino a notte inoltrata.

## SCHEDA

**Organizzatore:** 2night  
**Cliente:** Ceres  
**Data:** 22 luglio 2023  
**Target:** 20-35 y.o.  
**Location:** Ceres (TO)  
**Budget:** €200.000 - €300.000



# I-Days Coca-Cola 2023

**ACCESS**  
LIVE COMMUNICATION  
*Coca-Cola*

I-Days Coca-Cola Milano, il più grande festival musicale in Italia, con una line-up composta dai più importanti artisti internazionali, è tornato nel 2023 con 7 date per la prima volta in 2 venue d'eccezione: Ippodromo Snai San Siro e Ippodromo Snai La Maura.

L'allestimento di due pachi per gli show musicali e di due aree dedicate al pubblico per food&beverage e villaggio sponsor dei 22 brand per soddisfare le 370.000 persone intervenute, ha richiesto il lavoro di oltre 2200 persone coinvolte nella produzione

I-Days Coca-Cola porta la firma di Access Live Communication per la parte creativa e di brand activation dell'evento oltre che sulla definizione dei format e i contenuti da proporre al mercato. In collaborazione con Live Nation per tutta la parte artistica e produttiva.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Live Nation/Access Live Communication

**Cliente:** The Coca-Cola Company

**Data:** 22 giugno - 15 luglio 2023

**Target:** 15-54

**Location:** Ippodromo Snai La Maura - via Lampugnano 95, 20151, Milano MI + Ippodromo Snai San Siro - Piazzale dello Sport 16, 20151, Milano MI

**Budget:** €1.000.000 - €1.000.000



# Piazza Generali



L'organizzazione dell'evento ha incontrato numerose sfide.

Le lavorazioni sulla location hanno richiesto una serie di riqualificazioni per poter mettere la trasformazione dello spazio da hub vaccinale a una grande arena con una platea di oltre 2.500 persone al giorno.

Una gestione dei flussi resa complessa dalla conformazione della location e dalla richiesta di avere nello stesso giorno la convivenza di due grandi momenti di plenaria, intervallati da un pranzo, e aree di esposizione prodotti dei brand aziendali.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Alphaomega

**Cliente:** Generali Italia

**Data:** 4 aprile 2023

**Target:** agenti e personale di agenzia del network distributivo commerciale della Compagnia

**Location:** Palazzo delle Scintille, Milano

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Salone del Risparmio

**CLINIQ  
BRAND  
SURGERY**

**ASSOGESTIONI**  
Associazione di Esperti Gestiti

Quattordici palchi attivi contemporaneamente, per 120 conferenze in tre giorni. Ognuna con una regia dedicata che trasmette sulla piattaforma FR | Vision. Più di 120 stand, per metà personalizzati da designer e fornitori dei marchi partecipanti in coordinamento con l'organizzatore. Cinque tipi di visitatori (relatore, operatore, risparmiatore, giornalista, studente) con altrettanti badge dedicati, una dashboard customizzata sul sito e accessi differenziati.

La complessità è una cifra distintiva del Salone. E la si ritrova già a monte, nella volontà di restituire il purpose associativo da ponderare con esigenze di visibilità, qualità della proposta contenutistica e contributo economico degli sponsor.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Assogestioni Servizi

**Cliente:** Assogestioni

**Data:** 16-18 maggio 2023

**Target:** operatori del settore del risparmio gestito (SGR, consulenti finanziari, autorità), giornalisti, studenti e famiglie (risparmiatori)

**Location:** Milano

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Porsche Festival 2023

Il Porsche Festival è un progetto che richiede una gestione molto complessa con il coordinamento di oltre 300 persone tra staff agency, driver, security e allestitori.

Uno studio approfondito della location ha permesso di identificare tutte le aree adibite al villaggio e lo studio dettagliato del cablaggio.

L'evento richiede una gestione molto articolata anche per quel che riguarda il flusso ospiti e delle vetture. L'organizzazione di 2 Parate, che danno l'opportunità ai proprietari Porsche di un giro d'onore in pista, prevede un importante lavoro di organizzazione che parte dai parcheggi, divisi per modello, e prosegue con la dinamica di entrata e uscita delle vetture in pista.

L'allestimento e lo smontaggio richiede un forte effort strategico per rispettare i tempi dati dall'autodromo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Cannizzo Produzioni

**Cliente:** Porsche Italia

**Data:** 7-8 ottobre 2022

**Target:** clienti Porsche, dealer, Porsche club, partner e appassionati

**Location:** Misano World Circuit

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Candidatura per Roma Expo2030

Filmmaster 

ega worldwide  
www.ega-worldwide.com



RomaItalia  
EXPO 2030

La serie di eventi 'Humanlands', realizzata in collaborazione tra Filmmaster ed EGA Worldwide, si è contraddistinta per una mobilitazione logistica, organizzativa e uno sforzo produttivo senza precedenti: nel proporre dei format mai visti fino ad ora, la prima sfida è stata rappresentata certamente dalla gestione della location, le cui intrinseche particolarità hanno messo a dura prova l'organizzazione dei processi; allo stesso tempo, il massiccio impianto allestitivo e la complessità della componente tecnologica hanno posto una sfida tecnica senza precedenti; in ultimo, il coordinamento di migliaia di volontari, tra due diversi paesi e in diverse occasioni designate, una necessità organizzativa che ha richiesto centinaia di prove per ottenere un risultato di assoluto pregio.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Filmmaster ed Ega Worldwide

**Cliente:** Comitato per Expo 2030 Roma

**Data:** 21 aprile - 30 ottobre 2023

**Target:** BIE - Bureau International des Expositions

**Location:** Roma Colosseo; Ambasciata Italiana a Parigi

**Budget:** €4.000.000 - €5.000.000





# MSC Euribia Naming Ceremony

Lo sforzo produttivo richiesto è quello non riservato a una 'tradizionale' naming ceremony, per la quale ci trova a operare a terra, nelle condizioni di un evento con la consueta gestione dei tempi e degli spazi. Questa volta tutto è stato organizzato durante una crociera da Saint-Nazaire a Copenhagen in un contesto charter.

L'evento veniva preparato di notte, allestendo e disallestendo ogni giorno per non disturbare gli ospiti della nave, che non era il pubblico dell'evento. Si è operato in tutta la nave: dall'Area Kids, alla promenade con la produzione di contenuti 3D per la grande volta Led e il dj set di Bob Sinclair, e infine al teatro con un sistema di proiezione immersiva e la gestione di una scaletta densa e serrata, ricca di contenuti e in assenza di un adeguato backstage.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Ground Control

**Cliente:** MSC Cruises

**Data:** 6-8 agosto 2023

**Target:** giornalisti, agenti, stakeholder, influencer

**Location:** Amsterdam - Copenhagen

**Budget:** €800.000 - €1.000.000





# Lamborghini Revuelto From Now On

L'importanza di questo evento ha richiesto la ricerca della perfezione esecutiva e sono stati selezionati oltre 60 partner provenienti da tutto il mondo, che hanno lavorato in sinergia per oltre 8 mesi. La complessità della gestione di 7 eventi nell'evento è stata quindi acuita dalla necessità di coordinare tutti i partner secondo un piano di produzione studiato ad hoc.

Lo standing degli ospiti presenti ha poi richiesto l'attivazione di un Concierge h24 in 8 lingue con traduzione simultanea in evento.

Gli spazi messi a disposizione hanno richiesto degli accorgimenti in termini di riservatezza, sicurezza, tecnica e cura delle aree. Le tempistiche sono state sfidanti per incidere il meno possibile sulle attività produttive. Gli ospiti sono stati guidati da oltre 57 tour leader qualificate.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Gruppo Gattinoni

**Cliente:** Lamborghini

**Data:** 29-30 marzo 2023

**Target:** 850 partecipanti tra top client, dealer, personalità del mondo dello sport e dello spettacolo e giornalisti; il target, inoltre, era su invito diretto da parte di Lamborghini

**Location:** Headquarter Lamborghini presso Sant'Agata Bolognese

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Ferrari Finali Mondiali 2022



‘Finali Mondiali 2022’ è stata una sfida che ha coinvolto 1.000 professionisti in un lungo processo di progettazione e 20 giorni intensi di allestimento su oltre 10.000 mq per accogliere quasi 40.000 appassionati provenienti da tutto il mondo.

Con 46 vetture in esposizione, 1 World Premiere, 1 Reveal Dinamico, un lussuoso Gala per 1.000 ospiti, oltre 8.000 pasti serviti al giorno e la partecipazione di centinaia di piloti del Ferrari Challenge, del XX Programme e F1 Clienti, l’edizione 2022 è stata una manifestazione di dimensioni straordinarie.

E, ad aggiungere complessità, 240 motorhome, Casa Pirelli, il Ferrari Motorsport Galaxy e 229 hot laps.

Un successo senza precedenti, con una diretta streaming in real-time, una logistica impeccabile e un’esperienza memorabile per tutti i partecipanti.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Live.Com

**Cliente:** Ferrari

**Data:** 25-31 ottobre 2022

**Target:** clienti e appassionati

**Location:** Autodromo Enzo e Dino Ferrari, Imola

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Corona Sunsets



Il progetto Corona Sunsets ha richiesto 6 mesi di lavoro, in cui sono state organizzate le Sunsets Hours (100 serate in 50 locali organizzate in 5 diverse regioni), le Sunsets Sessions (2 eventi da 1.000 persone, uno a Milano e uno a Napoli), e il main event, il Corona Sunsets Festival World Tour 2023, al Teatro del Silenzio di Lajatico, in un'area di 7.000 mq nelle colline toscane. 10 giorni di allestimento con circa 225 professionisti, per più di 12.000 ore di lavoro sotto il sole di luglio. Abbiamo steso più di 4.500 metri di cavi, posizionato 500 mq di rivestimenti in pallet riciclati, 2.200 mq di rivestimenti in juta oltre a 10 km di transe. 18 bilici e un compound da 24 container. Abbiamo gestito l'ingresso di un Mandala Stage alto 13 metri e un team di messicani specializzati.

## SCHEDA

**Organizzatore:** LiveZone

**Cliente:** AB InBev

**Data:** 27 maggio - 22 luglio 2023

**Target:** pubblico generico, età media 30 anni

**Location:** Festival: Lajatico (PI); Sessions: Milano, Napoli; Hours: Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia

**Budget:** n.d.



# Milano House of Campari

ARTECHFX



GIOFORMA  
Designers Artists Architects

CAMPARI  
 *Davide Campari*   
MILANO

Dal punto di vista organizzativo, il drone show può esser annoverato come un evento di complessa gestione. Difatti, la prima complicanza da risolvere è stata la chiusura totale di Parco Sempione, zona sempre molto frequentata, per dodici minuti.

In aggiunta, il coordinamento dello sciame di droni che si muovono all'unisono in modo armonico in un 'teatro urbano' è stata un'operazione complessa che ha portato a scrivere una nuova pagina di storia italiana nel mondo delle coreografie realizzate con i droni.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Noloop

**Cliente:** - Artech FX

**Cliente:** Campari Group

**Data:** 4-5 maggio 2023

**Target:** Omnicomprensivo - Influencer e Giornalisti

**Location:** Piazza Sempione, Milano

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# WCD2023

## 25<sup>th</sup> World Congress of Dermatology

**TriumphGroup**  
experience.emotion.events



Il World Congress of Dermatology (WCD) è un evento itinerante a cadenza quadriennale, che vanta una storia di oltre 130 anni; è infatti uno dei congressi mondiali di dermatologia più riconosciuto, un'occasione di incontro e aggiornamento per condividere esperienze cliniche e progressi scientifici.

La venticinquesima edizione del Congresso, quella di Singapore, ha trattato le principali aree della dermatologia, dalla pratica clinica alla ricerca, dalla tecnologia all'innovazione, diagnosi e trattamenti, arrivando a coprire un'ampia varietà di interessi e a riservare molte opportunità dedicate a giovani dermatologi, infermieri e professionisti affini, connotando ogni esperienza con colori, sapori e usi del Sud Est dell'Asia.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Triumph Group International

**Cliente:** ILDS International League of Dermatological Societies & DSS Dermatological Society of Singapore

**Data:** 3-8 luglio 2023

**Target:** medici dermatologi, reumatologi, immunologi, oncologi, chirurghi estetici, infermieri e studenti di medicina, farmacisti, specializzandi, sponsor settore dermo-cosmesi

**Location:** Suntec Singapore Convention & Exhibition Centre; Pan Pacific Hotel Singapore

**Budget:** oltre €5.000.000



# The Laundry Screen



Prime Video, broadcaster esclusivo della Uefa Champions League, ha trasformato i panni stesi degli iconici vicoli dei Quartieri Spagnoli di Napoli in un grande schermo per consentire a migliaia di tifosi di guardare l'SSC Napoli raggiungere per la prima volta i quarti di finale, tutti insieme. Un approccio integrato tra live activation, digital & PR activation che ha permesso di generare un altissimo numero di UGC e PR contents e la realizzazione di un video hero unico che è diventato virale senza alcun investimento.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night  
**Cliente:** Amazon Prime Video  
**Data:** 15 marzo 2023  
**Target:** i tifosi di calcio italiani  
**Location:** Napoli, vicoli dei Quartieri Spagnoli  
**Budget:** €100.000 - €200.000



# glo™ for art

2night.  
glo

‘glo™ for art’ è il primo progetto omnichannel di BAT dove tutti i canali – Btl, Pr, Digital, Pos, HoReCa, Ooh – sono connessi permettendo di incrementare la penetration di glo™ e di rafforzare awareness, positioning e resonance.

Cuore della strategia è l’opera artistica ‘glo™ for art’, attorno alla quale agiscono tutti i canali nelle fasi pre, live e post andando a strutturare una piattaforma omnichannel:

- engagement e contatto diretto con consumer;
- Pr activities (relations, media engagement, acquisizioni);
- attivazione di location selezionate e presidio con staff e guerrilla nei meeting point a target della città;
- coinvolgimento di creators a target;
- sviluppo di creatività per Ooh dedicate;
- coinvolgimento dei glo™ stores e dei pdv di glo™.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** BAT

**Data:** 17 aprile - 1 ottobre 2023

**Target:** fumatori di 25-40 anni che vivono in città

**Location:** Milano (Darsena), Milano (Triennale), Milano (Fuorisalone), Roma (Maxxi), Roma (Galleria Nazionale d’Arte Moderna e Contemporanea)

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000





# Ceres 60

2night.

CERES 

‘Ceres 60’ è un evento unico, dove le ‘Leggende di Strada’ di Ceres e le leggende di paese ceresine si sono unite per celebrare il 60esimo compleanno del brand, con una festa che solo il paese della provincia torinese ha potuto rendere leggendario. L’evento si è integrato con una Influencer, Digital e PR Strategy: un teasing digital ha anticipato il live event leggendario diffuso in tutto il paese di Ceres (TO) con 3 talent leggendari – Diego Naska, Simone Panetti e Nello Taver – che hanno vissuto e raccontato la serata leggendaria e contribuito a supportare la comunicazione sui canali social del Brand e a rendere virale l’iniziativa; per chiudere con una Content Strategy & PR Strategy che hanno reso ancora più leggendario l’evento anche per chi non C’È stato.

## SCHEDA

**Organizzatore:** 2night  
**Cliente:** Ceres  
**Data:** 22 luglio 2023  
**Target:** 20-35 y.o.  
**Location:** Ceres (TO)  
**Budget:** €200.000 - €300.000



# Coca-Cola Super Match

ACCESS  
LIVE COMMUNICATION

em

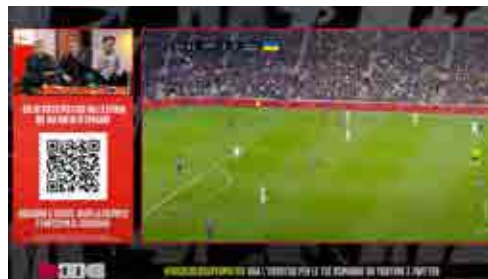
Coca-Cola

Il 'Coca-Cola Super Match' è un evento di phigital experience che unisce reale e virtuale, in cui la tradizionale produzione Tv in studio si integra con utilizzo di hub digitali e social che i tifosi/spettatori possono utilizzare per interagire con i protagonisti.

L'attivazione multicanale e il dialogo in tempo reale danno l'opportunità di un coinvolgimento del pubblico a casa anche tramite la proposta di sondaggi, la condivisione di reazioni e i commenti alle tematiche affrontate dai giornalisti, community e Legend collegati dallo studio.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Access Live Communication/EssenceMediacom/Dazn  
**Cliente:** The Coca-Cola Company  
**Data:** 1 settembre 2022 - 30 maggio 2023  
**Target:** appassionati di calcio, teenager e young adult  
**Location:** Studi televisivi DAZN, Cologno Monzese  
**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Immaginando il futuro.

## Leonardo da Vinci: l'anima del genio italiano



'Imagining The Future. Leonardo Da Vinci: in the Mind of an Italian Genius': in occasione dell'inaugurazione della nuova sede di Confindustria a Washington, all'interno del più ampio progetto Confindustria nel mondo, una mostra monografica su Leonardo da Vinci simbolo di innovazione e saper fare tipico delle imprese italiane. 12 tavole del Codice Atlantico, selezionate dal direttore della Veneranda Biblioteca Ambrosiana Monsignor Alberto Rocca, per la prima volta negli Stati Uniti. Un'iniziativa dall'altissimo valore artistico e simbolico per celebrare la capacità di saper fare e il genio della mente italiana, possibile grazie al contributo di partner d'eccezione come Intesa Sanpaolo, ITA Airways, 24 ORE Cultura, Dolce&Gabbana, Dompé, Pirelli, Sistemi Formativi Confindustria e Trenitalia.

### SCHEDA

**Organizzatore:** Adverteam | NEXT GROUP

**Cliente:** Confindustria

**Data:** 20 giugno - 20 agosto 2023

**Target:** Consumers Citizens (0-90 anni) - Media - Istituzioni - Business Community

**Location:** Martin Luther King Jr. Memorial Library, Washington DC

**Budget:** n.d.



# Star Home Restaurant



In occasione del lancio del nuovo posizionamento ‘Tutto il buono del fatto in casa’, STAR ha fatto vivere alle persone delle serate all’insegna della spensieratezza in cucina regalando loro un’experience memorabile: gestire, per una sera, un vero Home Restaurant. Un appartamento curato in ogni dettaglio, con cucina, dispensa e aree relax in una location che sapesse di casa in ogni angolo. Nella campagna sono stati coinvolti 11 influencer, food e lifestyle.

La figura di Host durante la serata di inaugurazione di ‘Star Home Restaurant’ è stata rivestita da Lorenzo Biagiarelli, food expert, personaggio televisivo e dispensatore di consigli e ricette dalla sua cucina di casa.

Una serie di eventi integrati che hanno coinvolto sia gli ospiti, in modalità live, che gli utenti grazie alle properties digitali.

## SCHEMA

**Organizzatore:** ALL&KIWI, part of Uniting Group

**Cliente:** Star

**Data:** 10-19 marzo 2023

**Target:** responsabili d’acquisto di età compresa tra 25 e 64 anni

**Location:** Milano - Viale Bligny 27

**Budget:** €100.000 - €200.000



# Salone del Risparmio



I dibattiti che animano il Salone si sviluppano entro i confini di sette dimensioni. Sette percorsi tematici in cui si articolano le conferenze, restituendo anno per anno la fotografia del settore. Assogestioni ha scelto l'agenzia La Buccia per ideare un concept originale per il nuovo Salone: una sfera composta da sette sezioni complementari a simboleggiare un'organica unione di pluralità. Concetto che ricorre nello spot, nelle sigle, nei video, nell'adv, nei premi delle conferenze e nella varietà di spazi della venue.

Inoltre, per FR | Vision, piattaforma di broadcasting proprietaria, l'agenzia La Buccia ha prodotto durante il Salone, otto puntate di 'The Future', docuserie originale sui temi più attuali nel risparmio gestito commentati dai protagonisti del settore.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Assogestioni Servizi  
**Cliente:** Assogestioni  
**Data:** 16-18 maggio 2023  
**Target:** operatori del settore del risparmio gestito (SGR, consulenti finanziari, autorità), giornalisti, studenti e famiglie (risparmiatori)  
**Location:** Milano  
**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000





# Lamborghini Revuelto From Now On

La strategia di comunicazione di Lamborghini racconta di un marchio che parla di futuro e innovazione, un brand che sfida le convenzioni ed è partendo da questo assunto che il lancio della Revuelto diventa fortemente strategico all'interno del piano di comunicazione 2023, rappresentando un contenuto fondamentale all'interno del planning dell'anno in cui Lamborghini festeggia i suoi 60 anni.

L'evento è stato il momento chiave nel cambio epocale in casa Lamborghini, componente primaria nella strategia di comunicazione social e digital. Oltre al lancio fisico, un lancio digitale mondiale ha coinvolto ospiti da tutto il mondo su una piattaforma digitale creata ad hoc.

A seguire, l'evento ha quindi generato contenuti esclusivi per i social e per i media con una reach superiore alle aspettative.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Gruppo Gattinoni

**Cliente:** Lamborghini

**Data:** 29-30 marzo 2023

**Target:** 850 partecipanti tra top client, dealer, personalità del mondo dello sport e dello spettacolo e giornalisti; il target, inoltre, era su invito diretto da parte di Lamborghini

**Location:** Headquarter Lamborghini presso Sant'Agata Bolognese

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Stile Capri Wave



L'evento 'Stile Capri Wave' si è inserito all'interno di una campagna integrata, partita dall'on line e arrivata on field, dal lancio del prodotto al coinvolgimento del target, fino a un evento celebrativo nell'iconica Baia di Capri.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Italia Eventi Group

**Cliente:** Birra Peroni

**Data:** 2-3 luglio 2023

**Target:** stimolare il trial della nuova birra Peroni Nastro Azzurro Stile Capri grazie a un evento esclusivo nella baia di Capri

**Location:** Isola Di Capri

**Budget:** €500.000 - €800.000



# Lido Mengoni



Lido Mengoni è stato un elemento chiave della pianificazione strategica con l'obiettivo di creare hype attorno al talent e far parlare di lui durante la settimana musicale più importante d'Italia. Una vera e propria piattaforma di comunicazione attraverso i canali social di Marco, interviste, trasmissioni televisive, un podcast dal titolo 'Caffè col limone' nel quale Marco confidava all'amico Fabio De Luigi cosa vuol dire affrontare il festival di Sanremo, una web station sull'app Stationhead sempre accesa 24 ore su 24 e attività di guerrilla marketing.

Lido Mengoni è stato anche al centro del mondo social con le incursioni dei creator e delle pagine più seguite sul web come ad esempio Vita\_Lenta, la pagina da quasi mezzo milione di follower; Calciatori Brutti e anche Geopop.

## SCHEDA

**Organizzatore:** LaTarma Entertainment

**Cliente:** Sony Music

**Data:** 6-11 febbraio 2023

**Target:** giornalisti, influencer, addetti ai lavori, partners, altri artisti

**Location:** Canottieri Sanremo A.S.D.

**Budget:** n.d.





# I-Days Coca-Cola 2023

**ACCESS**  
LIVE COMMUNICATION  
*Coca-Cola*

I-Days Coca-Cola Milano, il più grande festival musicale in Italia, è tornato battendo tutti i record per la prima volta, grazie a 7 date live in 2 venue, con una line-up composta dai più importanti artisti internazionali.

La comunicazione ha avuto una copertura di advertising tradizionale e digitale e ha avuto massima espressione nell'attività onfield. Sono stati coinvolti influencer, stazioni Tv e giornalisti che hanno amplificato la visibilità tramite canali di comunicazione tradizionale e digitale. Molte attività di engagement si sono integrate alla comunicazione dei singoli brand.

L'evento porta la firma di Access Live Communication per la parte creativa e produttiva oltre che sulla definizione dei format e contenuti. In collaborazione con Live Nation per tutta la parte artistica.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Live Nation/Access Live Communication

**Cliente:** The Coca-Cola Company

**Data:** 22 giugno - 15 luglio 2023

**Target:** 15-54

**Location:** Ippodromo Shai La Maura - via Lampugnano 95, 20151, Milano MI + Ippodromo Shai San Siro - Piazzale dello Sport 16, 20151, Milano MI

**Budget:** €1.000.000 - €1.000.000



# Limonaia Urbana

LIVING BRANDS

PESTO  
Barilla

‘Limonaia Urbana’ è un orizzonte inatteso e sorprendente sull’estate italiana: il contrasto tra una tipica limonaia a picco sul blu e l’ambiente urbano. Trasporta immediatamente le persone, lungo la risalita di un ascensore, in un’ideale, tipica, sognante, iconografica, atmosfera estiva... “come essere in Costiera Amalfitana pur rimanendo in città”.

Un’attivazione esteticamente dirompente, per non convenzionalità e disruption, con un allestimento immersivo che trasforma il tetto di un palazzo con vista sulle iconiche guglie del Duomo in una limonaia mediterranea, ispirata al gusto di Pesto Barilla Basilico e Limone.

Un’esperienza olistica tra sapori, colori, profumi, suoni, masterclass a tema food e di artigianato.

Un format proprietario che arriverà in numerose capitali d’Europa e del mondo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Living Brands

**Cliente:** Barilla G. e R. F.Ili S.p.A.

**Data:** 24-27 maggio 2023

**Target:** 1) per il PR Event, giornalisti, stakeholder, influencer, pubblico interno, su scala europea; 2) Consumer Event: core target, cittadini milanesi (età 25-54); main target, Pesto users.

**Location:** Milano, Piazza Duomo

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Sorpresa Perfetta

LIVING  
BRANDS  
cameo  
Ristorante

A Qualto, piccolo borgo nel cuore dell'Appennino bolognese, l'ultimo ristorante ha chiuso i battenti nel Marzo 2020 e, quando arriva la sera, i circa ottanta abitanti si chiudono in casa perché non c'è più alcun luogo di ritrovo. A loro, cameo con Pizza Ristorante dedica una 'Sorpresa Perfetta'.

Rispondendo a un appello sui social dell'Assessore Roberto Serra, cameo Pizza Ristorante arriva a Qualto per recuperare i locali abbandonati e aprire una vera e propria pizzeria, la cui sala a cielo aperto è la piazza del borgo stesso. Riportando, per una sera, tra la gente la gioia e tutto il gusto dello stare insieme.

Durante l'evento il brand e l'Assessore annunciano inoltre alla comunità una sorpresa nella sorpresa: la donazione di un chiosco-pizzeria permanente che sarà installato in Novembre.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Living Brands

**Cliente:** cameo

**Data:** 20 settembre - 20 novembre 2023

**Target:** adulti e famiglie, amanti della pizza.

**Location:** Qualto, piccolo borgo nel cuore dell'Appennino bolognese

**Budget:** fino a €50,000



# L'Italia che vorrei

L'Italia che vorrei è un progetto a 360° che Lavazza Qualità Rossa ha realizzato insieme a Marracash, Elodie, Levante, tre voci che rappresentano le nuove generazioni per tre valori nei quali gli artisti si rispecchiano.

Oltre a una campagna manifesto in Tv e nelle principali piattaforme digitali, a una linea di pack firmati dagli artisti e a un progetto con Save the Children e Civico Zero, 'l'Italia che vorrei' ha attivato un concorso che ha permesso a soli 1.000 fan in presenza e al pubblico in streaming di vincere le live session esclusive degli artisti a Torino, Bologna e Roma.

Tre tappe uniche in cui Lavazza Qualità Rossa ha dato vita a un dialogo diretto tra fan, artisti e brand con tanti momenti di pre-show e il meet&greet con l'artista per pochissimi fortunati.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Luigi Lavazza

**Cliente:** Luigi Lavazza

**Data:** 4-9 luglio 2023

**Target:** un pubblico di giovani coffee lover che si fa portavoce dei sogni e delle ambizioni dell'Italia di domani

**Location:** Torino (La Centrale, Nuvola Lavazza), Bologna (Palazzo Re Enzo), Roma (La Lanterna di Fuksas)

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Voiello Miez'a Via Milano



'Miez'a Via' ha regalato al pubblico milanese una festa come Napoli comanda, frutto della sinergia tra diverse componenti. La campagna digital ha preso vita attraverso contenuti speciali (contest, illustrazioni, foto, interviste ai talent, un cortometraggio) sui profili Meta di Voiello, seguiti dall'amplificazione a mezzo stampa e radio. Il giorno dell'evento è stata ricreata l'atmosfera dei vicoli di Napoli, con la possibilità di gustare le ricette gourmet firmate dallo chef stellato Lino Scarallo e godersi il videomapping e le performance live di Dada' e Livio Cori, i cui profili social hanno dato massima diffusione alla manifestazione. Infine, un coinvolgente video-hero ha catturato l'energia dell'evento raggiungendo nei giorni seguenti anche chi non era fisicamente presente.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Creative concept, sviluppo comunicazione e design: Marimo; Design brand experience, videomapping e produzione eventi: Living Brands; Media & Entertainment Marketing: OMD/Fuse; PR e Ufficio Stampa: Omnicom PR Group

**Cliente:** Barilla - Voiello

**Data:** 21 giugno 2023

**Target:** trasversale, 18-60

**Location:** Milano

**Budget:** n.d.



# MSGM x Heineken®

## 150° Anniversario - The Party



L'evento 'MSGMxHeineken® 150° Anniversario - The Party' ha avuto luogo il 13 luglio 2023 nella magica location del Teatro Alcione, nel cuore della movida milanese e punto di riferimento per la Gen Z&Y.

Nato per il lancio della capsule collection sviluppata con il brand MSGM, l'obiettivo era quello di portare in vita la campagna dedicata ai 150 anni di Heineken® nel suo stile caratteristico: perchè succede sempre qualcosa di speciale attorno a una birra.

La campagna aveva infatti l'ambizione di celebrare il consumatore, qualsiasi sia il suo modo di apprezzare una Heineken®, in un modo o nell'altro. Spirito che è stato portato in vita con questo evento, creando in un teatro esperienze uniche e rilevanti per il target dove l'elemento 'real time' fosse al centro.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Monogrid & Parking

**Cliente:** Heineken Italia

**Data:** 13 luglio 2023

**Target:** Gen Z&Y (18-35 y.o.)

**Location:** Teatro Alcione - Piazza Vetra, Milano

**Budget:** €300.000-€400.000



# The Laundry Screen



I panni stesi sui fili stendibiancheria, appesi tra i vicoli nei Quartieri Spagnoli di Napoli, sono conosciuti in tutto il mondo.

Quando il Napoli era a una partita dal raggiungere i quarti di finale dell'UCL per la prima volta nella sua storia, Prime Video, emittente della partita del Napoli UCL, ha deciso di trasformare gli iconici panni stesi in un media su cui tutti i tifosi del Napoli potessero guardare la partita.

Perché un risultato senza precedenti come questo meritava una diretta speciale mai vista prima, fatta nella maniera più napoletana di sempre.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night  
**Cliente:** Amazon Prime Video  
**Data:** 15 marzo 2023  
**Target:** i tifosi di calcio italiani  
**Location:** Napoli, vicoli dei Quartieri Spagnoli  
**Budget:** €100.000 - €200.000



# glo™ for art

2night.  
glo

‘glo™ for art’ trasforma spazi pubblici o privati in autentici setting a cielo aperto per opere diffuse uniche e brand activation immersive.

Con il Mare a Milano, la Darsena si trasforma in una spiaggia artistica, una giant installation a cielo aperto dove ‘Falena’ di Vascellari ‘illumina’ una spiaggia di isole interattive di design, in cui stendersi e lasciarsi trasportare dalla fantasia per vivere la città in modo nuovo e unico.

Lo scenario futuro sulla possibile desertificazione di Milano – ‘Dry days tropical night’ – ha trasformato la torre di Largo Treves in una stunning installation di Agostino Iacurci. Una location mai aperta prima, nel cuore di Brera e prossima all’abbattimento, che ha preso vita dalla facciata per proseguire all’interno avvolgendo i visitatori in uno spettacolo unico.

## SCHEMA

**Organizzatore:** 2night

**Cliente:** BAT

**Data:** 17 aprile - 1 ottobre 2023

**Target:** fumatori di 25-40 anni che vivono in città

**Location:** Milano (Darsena), Milano (Triennale), Milano (Fuorisalone), Roma (Maxxi), Roma (Galleria Nazionale d’Arte Moderna e Contemporanea)

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000





# Ceres 60

2night.

CERES 

Il comune di Ceres si trova nelle Valli di Lanzo, alla confluenza della Val grande di Lanzo e della Val d'Ala, a Nord-Ovest del capoluogo piemontese. È un paese che conta circa 1.000 abitanti, il cui nome, secondo una tradizione popolare, deriverebbe dalla dea delle messi Cerere, raffigurata nello stemma comunale.

E proprio nel nome sta un legame indissolubile con una delle etichette di Birra più amate che ha ispirato l'idea creativa dell'evento. Il Brand ha coinvolto per la prima volta l'omonimo Paese creando un evento mai visto prima e che ha unito per sempre due realtà così diverse tra loro ma allo stesso modo legendarie.

## SCHEDA

**Organizzatore:** 2night  
**Cliente:** Ceres  
**Data:** 22 luglio 2023  
**Target:** 20-35 y.o.  
**Location:** Ceres (TO)  
**Budget:** €200.000 - €300.000



# Changing Cities.



ARDIAN

Una mostra fotografica aperta al pubblico, allestita all'interno di un cantiere, realizzata in partnership con Magnum Photos, per stimolare una pubblica riflessione sulla rigenerazione urbana in Italia e nel mondo.

Un progetto completamente integrato in un luogo dalla forte componente storica e culturale per la città di Milano.

Un allestimento che non vuole trasfigurare lo spazio cantiere in un luogo finito come se si trattasse delle sale di un museo, ma anzi vuole esaltare il genius loci e restituire il dinamismo di uno spazio in continua trasformazione.

In ragione di ciò gli elementi espositivi vengono ricavati utilizzando moduli da ponteggio che nell'adattarsi alla location creano un percorso narrativo che non copre il cantiere ma vive in simbiosi con esso.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Adverteam | NEXT GROUP

**Cliente:** Ardian Real Estate

**Data:** 30 marzo - 2 aprile 2023

**Target:** una mostra gratuita aperta al pubblico che si rivolge non solo all'intera cittadinanza ma anche a stampa, stakeholder, investitori, top client e istituzioni.

**Location:** Palazzo Casa Oldrati, Via Santa Margherita 11, Milano

**Budget:** €400.000 - €500.000



# GROHE SPA

## Health Through Water



GROHE SPA - Health Through Water nasce come un progetto sfidante, che ha richiesto un significativo apporto creativo e ingegneristico da parte di Adverteam. Un intenso lavoro di concerto tra cliente e agenzia, che ha permesso di trasformare il concept (realizzato dal Global Design Team di LIXIL) in un'installazione site specific, tanto imponente da abbracciare tutto il Cortile d'Onore, quanto capace di 'sparire alla vista' e di esaltare il fascino e la bellezza del luogo.

La location d'eccezione - individuata da Adverteam - racchiude in sé tutte le caratteristiche per coniugare i valori del brand, cultura e genius loci: Palazzo Brera è infatti sede di uno dei più rilevanti musei del mondo (Pinacoteca di Brera) e di un'istituzione (Accademia di Brera) che è avamposto culturale per la Storia dell'Arte. Per tutta la Design Week, le architetture del palazzo hanno dialogato con l'installazione GROHE SPA in maniera armonica e dato vita a un'esperienza immersiva.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Adverteam | NEXT GROUP

**Cliente:** GROHE SPA - LIXIL

**Data:** 17-23 aprile 2023

**Target:** Consumer, Clienti, Prospect, Professional (Architetti, Designer), Media e Opinion Leader

**Location:** Pinacoteca di Brera, Milano

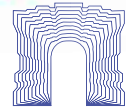
**Budget:** n.d.



# Candidatura per Roma Expo2030

Filmmaster

ega worldwide



RomaItalia  
EXPO 2030

Comunicare nuovi valori e prospettive future – esigenza fondamentale della candidatura a Expo2030, ha significato anche rilevare il valore storico di uno spazio e dare vita ad una narrazione congeniale alla proposta di Roma.

In questo senso, il Tempio di Venere si è arricchito di un palco mozzafiato, impreziosito dallo stesso Colosseo che per l'occasione è diventato una quinta scenica dal fascino eterno, oltre che una vera e propria tela su cui dipingere nuovi incredibili scenari; in maniera del tutto simile, i giardini dell'Ambasciata Italiana a Parigi sono stati completamente trasformati, costruendo da zero una scenografia impregnata della bellezza paesaggistica e architettonica del Rinascimento e del Barocco Italiano.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Filmmaster ed Ega Worldwide

**Cliente:** Comitato per Expo 2030 Roma

**Data:** 21 aprile - 30 ottobre 2023

**Target:** BIE - Bureau International des Expositions

**Location:** Roma Colosseo; Ambasciata Italiana a Parigi

**Budget:** €4.000.000 - €5.000.000





# Lamborghini Revuelto From Now On

L'evento ha avuto luogo nella sede Lamborghini, una location che da centro produttivo è stata trasformata nel cuore pulsante dell'evento di lancio. Sono stati utilizzati e trasformati diversi spazi, dall'accredito fino alla cena gourmet.

Il Parco Lamborghini è stato trasformato per accogliere un Green Lunch per i giornalisti all'interno di una tensostruttura di oltre 500mq, l'Emissions Technology Center è diventato il palcoscenico dell'Unveil con palco, struttura ledwall e tribune costruite ad hoc.

La linea di produzione, invece, è stata trasformata in una suggestiva ed elegante location per una cena di gala immersiva circondata dalle nuove vetture.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Gruppo Gattinoni

**Cliente:** Lamborghini

**Data:** 29-30 marzo 2023

**Target:** 850 partecipanti tra top client, dealer, personalità del mondo dello sport e dello spettacolo e giornalisti; il target, inoltre, era su invito diretto da parte di Lamborghini

**Location:** Headquarter Lamborghini presso Sant'Agata Bolognese

**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Tile Week 2023



Non è stato facile trasformare una enorme e sconfinata fabbrica in una location destinata a ospitare 3.500 persone per 5 giorni. Il ragionamento si è sviluppato in collaborazione con l'azienda che ha dovuto fermare l'operatività in una zona di passaggio continuo di veicoli, ma anche di trasformare spazi anonimi in aree di relax, intrattenimento, offerta di servizi.

È stato fatto con l'inserimento di installazioni legate ai concept: l'Onda sinuosa sul soffitto della Gallery, la Goccia alla sua estremità, l'illuminazione ad effetto degli spazi, le strisce a terra che indicavano le aree del Feeling Green.

Il tutto con grande attenzione ai consumi, all'impatto ambientale e alla sobrietà che doveva contraddistinguere tutto l'intervento.

## SCHEDA

**Organizzatore:** H&A Motivation Company  
**Cliente:** MARAZZI GROUP  
**Data:** 24-29 settembre 2023  
**Target:** clienti  
**Location:** Sede Marazzi Group  
**Budget:** €500.000 - €800.000



# A Negroni Revolution

I MILLE



Il Negroni, il cocktail nato da una grande rivoluzione, ha moltissimi estimatori ma un grande difetto: quello di essere fatto nello stesso modo ordinario da centinaia di anni. Per stupire i suoi estimatori, Malfy Gin ha deciso di utilizzare in maniera innovativa un classico Digital OOH per far tornare il conte che ha creato l'iconico cocktail per l'aperitivo: attraverso il maxischermo di una piazza milanese le persone hanno potuto chiaccherare live con Camillo Negroni, riportato in vita dall'Intelligenza Artificiale, per la prima volta in un evento che presentava un deepfake live in Italia.

## SCHEDA

**Organizzatore:** I MILLE

**Cliente:** Pernod Ricard Italia - Malfy Gin

**Data:** 24 settembre 2023

**Target:** mass market, maggiorenti Gin/Negroni lover, ma anche chi si appropria per la prima volta al mondo dell'aperitivo

**Location:** Milano

**Budget:** €50.000 - €100.000



# Lido Mengoni



Gli artisti che si esibiscono al festival, solitamente scelgono di guardare il festival dal proprio hotel o a cena nei ristoranti sanremesi. Marco Mengoni ha deciso di fare una scelta diversa fondata sulla condivisione della musica e ha trasformato l'Associazione Sportiva Canottieri di Sanremo in uno spazio creativo temporaneo.

Un luogo magico situato direttamente sul mare della riviera a pochi passi dal centro della città dei fiori, con un panorama mozzafiato tra barche a vela e tramonti magici si è trasformato in un quartier generale con interviste, incontri inaspettati e musica dal vivo.

## SCHEMA

**Organizzatore:** LaTarma Entertainment

**Cliente:** Sony Music

**Data:** 6-11 febbraio 2023

**Target:** giornalisti, influencer, addetti ai lavori, partners, altri artisti

**Location:** Canottieri Sanremo A.S.D.

**Budget:** n.d.





# Ferrari New Special Series

## Anteprima



Nella realizzazione di 'New Special Series Anteprima' la scelta della location di Fiorano è stata cruciale, portando a trasformare uno spazio espositivo e d'officina in un teatro immersivo all'avanguardia.

Nonostante le sfide legate a dimensioni ridotte degli spazi e a totale mancanza di appendimenti, tecnologie quali display OLED trasparenti, schermi LED motorizzati e a pavimento e LED magnetici hanno creato un ambiente altamente immersivo, traducendo le sensazioni di velocità e pista che hanno offerto un'esperienza coinvolgente e straordinaria, abbattendo i limiti fisici dello spazio in un'atmosfera unica e indimenticabile.

L'evento ha evocato con passione l'esperienza di guida Ferrari, superando i limiti strutturali e offrendo un'atmosfera unica e indimenticabile.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Live.Com

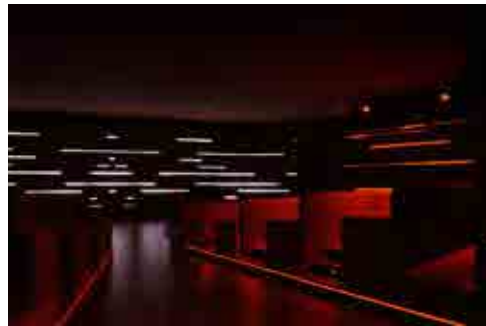
**Cliente:** Ferrari

**Data:** 19-28 giugno 2023

**Target:** clienti

**Location:** ASGT Building, Pista di Fiorano

**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Limonaia Urbana

LIVING  
BRANDS

PESTO  
Barilla

‘Limonaia Urbana’ è un orizzonte inatteso e sorprendente sull’estate italiana: il contrasto tra una tipica limonaia a picco sul blu e l’ambiente urbano. Trasporta immediatamente le persone, lungo la risalita di un ascensore, in un’ideale, tipica, sognante, iconografica, atmosfera estiva... “come essere in Costiera Amalfitana pur rimanendo in città”.

Un’attivazione esteticamente dirompente, per non convenzionalità e disruption, con un allestimento immersivo che trasforma il tetto di un palazzo con vista sulle iconiche guglie del Duomo in una limonaia mediterranea, ispirata al gusto di Pesto Barilla Basilico e Limone.

Un’esperienza olistica tra sapori, colori, profumi, suoni, masterclass a tema food e di artigianato.

Un format proprietario che arriverà in numerose capitali d’Europa e del mondo.

## SCHEDA

**Organizzatore:** Living Brands

**Cliente:** Barilla G. e R. F.Illi S.p.A.

**Data:** 24-27 maggio 2023

**Target:** 1) per il PR Event, giornalisti, stakeholder, influencer, pubblico interno, su scala europea; 2) Consumer Event: core target, cittadini milanesi (età 25-54); main target, Pesto users.

**Location:** Milano, Piazza Duomo

**Budget:** €400.000 - €500.000



# Cena di Gala

## Nitto ATP Finals 2022

Il Dinner Show delle Nitto ATP Finals, organizzato presso la Centrale Nuvola Lavazza e trasmesso in diretta da Sky il 10 Novembre, ha dato il via al gran finale della stagione tennistica maschile. Uno show d'eccellenza che ha lasciato il segno, grazie ai due presentatori Stefano Melocco e Melissa Satta e alcuni ospiti d'eccezione tra cui Alessandro Del Piero, Flavia Pennetta e Antonio Diato.

In occasione di questo evento, il claim 'L'espresso italiano gioca in casa', che accompagna ormai da due edizioni la partnership di Lavazza con le Nitto ATP Finals, ha preso letteralmente vita, grazie alla realizzazione del primo campo da tennis al mondo creato con il recupero di polvere di caffè altrimenti destinata al macero.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Luigi Lavazza

**Cliente:** Luigi Lavazza

**Data:** 10 novembre 2022

**Target:** tennis & coffee lovers

**Location:** Centrale Nuvola Lavazza

**Budget:** €200.000 - €300.000



# Voiello Miez'a Via Milano



Non capita tutti i giorni di vivere l'atmosfera esuberante e festosa dei vicoli napoletani nel contesto dei Navigli milanesi, e poter gustare le ricette gourmet ideate da uno chef stellato. 'Miez'a Via' è stata una festa che ha conquistato il pubblico utilizzando un 'palcoscenico' del tutto inusuale: l'edificio al civico 2 di Alzaia Naviglio Pavese, che ha ospitato la proiezione di un imponente e coinvolgente videomapping e l'esibizione live di due artisti napoletani amatissimi: Dada' e Livio Cori. Un 'palcoscenico' inaspettato che ha messo in luce una Napoli autentica, lontana dagli stereotipi, portatrice di stile e di design. L'occasione era quella di celebrare il nuovo formato di pasta Voiello, la Gran Penna Ruvida. Il risultato è stato una festa in piena regola, come Napoli comanda.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Creative concept, sviluppo comunicazione e design: Marimo; Design brand experience, videomapping e produzione eventi: Living Brands; Media & Entertainment Marketing: OMD/Fuse; PR e Ufficio Stampa: Omnicom PR Group  
**Cliente:** Barilla - Voiello  
**Data:** 21 giugno 2023  
**Target:** trasversale, 18-60  
**Location:** Milano  
**Budget:** n.d.



# Campari - Hotel des Bains

## Festival del Cinema di Venezia 2023



NOLOOP

**CAMPARI**

*Davide Campari*   
MILANO

L'Hotel des Bains, dopo quindici anni di disuso e abbandono, è stato riadattato per ospitare Campari e gli eventi dedicati all'ottantesima edizione del Festival di Venezia. Una location che può sembrare classica, la hall dell'albergo, è in realtà un luogo inaspettato vista l'inagibilità iniziale. Puntellato con più di mille puntelli intorno al piano calpestabile di 1.400 mq, l'Hotel era originariamente sprovvisto di corrente, acqua e quindi anche di servizi igienici, che sono stati in seguito ri-adibiti. Anche l'esterno è stato disboscato e derattizzato per favorirne agibilità ed estetica. La location, sotto tutela della sovrintendenza, presentava vincoli delicati che sono stati rispettati, riuscendo comunque a ri-adibire l'Hotel ricreando quasi la sua inaugurazione.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Noloop  
**Cliente:** Campari Group  
**Data:** 1-2 settembre 2023  
**Target:** stampa, influencer, ospiti Campari  
**Location:** Hotel des Bains, Venezia  
**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000



# Milano House of Campari

ARTECHFX



GIOFORMA  
Designers Artists Architects

CAMPARI  
 *Davide Campari*   
MILANO

Campari ha scelto di stupire Milano con uno spettacolo di luci nel cielo mai visto prima in Europa, utilizzando mille droni e creando una vera e propria coreografia scenografica e impattante. La magia dello spettacolo ha previsto la visualizzazione di elementi iconografici della città di Milano e del brand, creando uno show in un 'luogo non luogo', unexpected e di difficile gestione. Il cielo non è una comune location da allestire, è un luogo oltre il nostro controllo che con Campari è diventato teatro urbano di immagini e luci che rimarranno impresse a lungo nella memoria degli spettatori.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Noloop  
**Cliente:** - Artech FX  
**Cliente:** Campari Group  
**Data:** 4-5 maggio 2023  
**Target:** Omnicomprensivo - Influencer e Giornalisti  
**Location:** Piazza Sempione, Milano  
**Budget:** €800.000 - €1.000.000



# Ex Macello

piano b   
mare culturale urbano

R E D O

Abbiamo trasformato uno spazio di archeologia industriale, nato nel 1863 per la macellazione e dismesso da più di 40 anni, in un luogo di aggregazione culturale frequentato da centinaia di migliaia di persone grazie all'offerta di festival, concerti, mostre, sfilate, party, eccetera. Abbiamo coinvolto operatori culturali di vari ambienti per organizzare un palinsesto multidisciplinare per tutti i target di riferimento. Abbiamo sperimentato nuove metodologie di gestione drink and food totalmente plastic free e in collaborazione con Amsa abbiamo ottimizzato la gestione dei rifiuti. Con STS abbiamo utilizzato le ultime tecnologie nel campo audio, luci, video e laser. In collaborazione con la start up Qromo abbiamo progettato un sistema di pagamento completamente cashless gestito da mobile.

## SCHEMA

**Organizzatore:** Piano B + mare culturale urbano  
**Cliente:** Redo  
**Data:** 21 maggio - 31 ottobre 2023  
**Target:** trasversale - amanti della cultura, arte, architettura, design, moda, cinema, nuovi trend, curiosi, focus 18/35 anni  
**Location:** Ex Macello, Viale Molise 62, Milano  
**Budget:** €50.000



# Ferrari Roma Spider

## World Première



Il concept dell'evento ruota intorno a 'La Nuova DolceVita' interpretata in una serata da vivere en plein air, per i 900 Top Client di Ferrari.

Il giardino dello storico Palais El Badi diventa il palcoscenico dell'evento, dove il giardino è stato messo al centro dell'esperienza per valorizzare il prodotto, la nuova Ferrari Roma Spider.

La scenografia creata ha fatto rivivere le antiche piscine del Palazzo, facendole attraversare da un 'passerella' per evocare una sfilata di moda. Tutt'intorno una elegante lounge dedicata agli ospiti. Qui, tra luci, braceri e riflessi sull'acqua, la nuova Ferrari è uscita dal Torrino, mentre un'orchestra dal vivo la accompagnava con sonorità marocchine.

Sul lato opposto 30 metri di schermo di effetto 'cinematografico'.

### SCHEMA

**Organizzatore:** Ferrari  
**Data:** 16-18 marzo 2023  
**Target:** 900 ospiti, clienti e giornalisti invitati da Ferrari  
**Location:** Palais El-Badii, Marrakesh  
**Budget:** €1.000.000 - €3.000.000





# ANNUAL DEGLI EVENTI

## BEST PARTNER AWARD



# Area Kitchen Group



Dal 2003 Area Kitchen Group si occupa di catering e banqueting sartoriale per eventi corporate e wedding. Grazie alla nostra consolidata esperienza nel settore e l'approccio innovativo al food, siamo in grado di proporre format differenti e su misura per ogni situazione.

Nel cuore della nostra filosofia culinaria, coniughiamo il rispetto e la padronanza della tradizione gastronomica italiana con la continua sperimentazione e la ricerca del bello e del buono.

La creatività e la passione per il cibo di alta qualità si traducono in un'attenta selezione delle materie prime e nell'arte raffinata di presentare i piatti, grazie all'abilità del nostro executive chef, Sebastiano Rovida. Il nostro menù propone ricette classiche con forte orientamento all'innovazione, come i finger food, diventati la firma distintiva di Area Kitchen Group.

Con Area Kitchen Group, ogni evento diventa un'occasione per assaporare l'autentica eccellenza gastronomica italiana, elevando il concetto di catering a un livello superiore.

**SCHEDA**

Sito web: <https://group.areakitchen.it/>  
Anno di fondazione: 2003



# Spazio San Babila

Lo Spazio San Babila è la prima Media Location di Milano, un nuovo spazio all'avanguardia dove la comunicazione assume un valore fondamentale sia a livello eventistico che pubblicitario. Si compone di un'elegante sala di 250 mq al primo piano con vista su Piazza San Babila, già attrezzata per conferenze con ledwall a parete di 6x2.5 mt e un piano terra di 260 mq dotato di bancone bar, 10 vetrine su strada e 2 ingressi, completamente modulabile e customizzabile. All'esterno, 2 maxi ledwall di 150 mq sviluppati sulla facciata e sul tetto del palazzo garantiscono massima visibilità di ogni evento su Piazza San Babila, uno dei maggiori centri nevralgici di Milano.

## SCHEDA

**Indirizzo:** Corso Venezia 2, Milano

**Sito web:** <https://art-events.it/locations/spazio-san-babila/>

**Anno di fondazione:** 2022

**Capacità:** 120-240 ospiti

**Numero medio di eventi in un anno:** 20

**Tipologia:** spazio polifunzionale



# 2ndStage by Plesh



2ndStage è la Mobile-Platform con Intelligenza Artificiale che attiva le audience di eventi e spettacoli dal vivo, trasformando lo spettatore passivo in partecipante attivo. Lo smartphone del pubblico diventa un telecomando e un secondo schermo per prendere parte attiva attraverso Quiz, Domande, Sondaggi, Opinioni, Word-Cloud, Selfie-Wall e Applausometro.

Inquadrando un Qrcode, o tramite link, si atterra nell'app per accedere a interazioni simultanee, in presenza e in remoto. Sui grandi schermi della location interfacce interattive visualizzano in videografica i risultati in tempo reale. Grazie all'AI, 2ndStage riassume le opinioni e il sentiment della platea, compone report e realizza immagini e video riassuntivi di quanto è accaduto.

Con 2ndStage i partecipanti sono al centro con un'esperienza esclusiva e interattiva. La mobile app, le interfacce per i grandi schermi e i report in real time sono completamente personalizzabili con immagine coordinata di ogni cliente.

## SCHEMA

**Indirizzo:** Via Amedeo Peyron 54, 10143  
Torino

**Whatsapp:** 339.6531799

**Web:** <https://2ndstage.app>

**Mail:** [hello@plesh.co](mailto:hello@plesh.co)



# Sticket by Plesh

Sticket è il software di Crew Management pensato per ridurre l'impatto ambientale del food waste all'interno dei grandi eventi, festival e tour musicali. La digitalizzazione e l'automazione delle presenze, degli accessi, delle forniture e delle erogazioni di pasti, permette di ridurre il rischio operativo e i costi di produzione, di minimizzare l'inventario e prevenire mancati approvvigionamenti. Grazie a controllo, gestione e ottimizzazione di tutti gli aspetti relativi al food & beverage e interfacce e funzionalità dedicate per organizzatori, fornitori e catering, Sticket dà la possibilità di: stampare badge personali per gli operatori o digitali per smartphone con QRcode; impostare notifiche tramite email, Whatsapp e sms; fornire dashboard aggiornate in tempo reale per monitorare dati e flussi delle crew, con consumi stimati ed effettivi; esportare report in Excel o altri formati; taggare manualmente o con regole pre-impostate gruppi di utenti con privilegi diversi e opzioni dedicate.

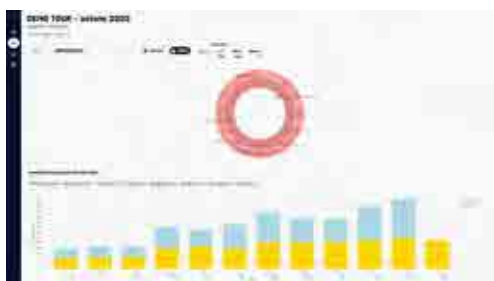
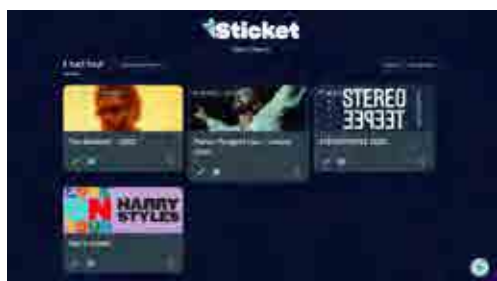
## SCHEDA

**Indirizzo:** Via Amedeo Peyron 54, 10143  
Torino

**Whatsapp:** 339.6531799

**Web:** <https://sticket.app>

**Mail:** [hello@plesh.co](mailto:hello@plesh.co)



# Toolpress by Plesh

Toolpress è la piattaforma digitale che permette di controllare in maniera totale Q&A e interventi dal pubblico e di dare suggerimenti a chi deve rispondere, con efficacia e discrezione.

Il Partecipante entra nell'app scansionando un QRcode o attraverso un link, in presenza o in remoto, inserisce i dati richiesti e anticipa il contenuto della domanda in pochi secondi.

Il Moderatore, attraverso un'interfaccia dedicata, approva e modera interventi, personalizza l'ordine e aggiunge note e commenti da inviare al presentatore, o suggerisce la risposta.

Il Presentatore gestisce le Q&A con il supporto del suo tablet e del prompter di palco, con interfacce dedicate per i rispettivi supporti.

Toolpress permette di potenziare la partecipazione attiva e l'efficacia delle convention, dei congressi e di tutti gli eventi conferenziali. E dà la possibilità di gestire e avere il controllo totale sulle domande da mettere in scena e sul contenuto delle risposte. Tutto in tempo reale.



**Indirizzo:** Via Amedeo Peyron 54, 10143  
Torino

**Whatsapp:** 339.6531799

**Web:** <https://toolpress.app>

**Mail:** [hello@plesh.co](mailto:hello@plesh.co)



# Winston by Plesh



Winston è l'Event Planner che ottimizza e semplifica la gestione delle segreterie organizzative degli eventi, dal save-the-date, al check-in in evento fino alla survey finale. Permette di gestire i partecipanti senza sforzo, di monitorare in tempo reale tutti i dati di iscrizioni e comunicazioni, di personalizzare flussi di iscrizione secondo le esigenze di ogni evento.

Con Winston è possibile: pubblicare website con info, agenda, interazioni pre-evento, pagine utente, travel & accomodation e percorsi di navigazione diversi; programmare flussi di comunicazione automatizzati e differenziati per gruppi di utenti via email, Whatsapp e sms; generare e distribuire automaticamente QRcode per monitorare check-in, accessi e flussi di partecipanti in evento; e consultare report, dashboard e analitiche in tempo reale con notifiche personalizzate per gli organizzatori. Con Winston clienti, agenzie e fornitori hanno interfacce custom per le loro esigenze con accessi e permessi multi-livello.

## SCHEDA

**Indirizzo:** Via Amedeo Peyron 54, 10143  
Torino

**Whatsapp:** 339.6531799

**Web:** <https://meetwinston.co>

**Mail:** [hello@plesh.co](mailto:hello@plesh.co)



Le canzoni di Tina Turner  
sono utilizzate nell'aeroporto di Gloucester per...



SCANSIONA IL QR CODE  
PER SCOPRIRE DI PIÙ

# L'ANTIDOTO PER LA NOIA

# NEI TUOI EVENTI

# SI CHIAMA

 **2nd stage**  
by Plesh

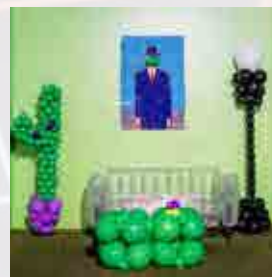




# ANNUAL DEGLI EVENTI



## I PROTAGONISTI



# BEA 2023

## i protagonisti

### 2night

*Amazon Prime Video – The Laundry Screen*

42 Evento B2C

76 Brand Activation

207 Evento Sportivo

224 Installazione Creativa

241 Lancio di Prodotto/Servizio

311 Evento Integrato

327 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

*BAT - British American Tobacco Italia – glo™ for art*

43 Evento B2C

77 Brand Activation

134 Evento Culturale

189 Evento Press & PR

225 Installazione Creativa

257 Roadshow

279 Format Proprietario

312 Evento Integrato

328 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

*Ceres – Ceres 60*

44 Evento B2C

78 Brand Activation

104 Celebrazione/Ricorrenza

280 Format Proprietario

299 Gestione della Complessità Organizzativa

313 Evento Integrato

329 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

### 20ACTION Entertainment

*BKT Tires – Enter the Future*

26 Evento B2B

79 Brand Activation

*BKT Tires – Global Trends OTR: a Digital Branded Format*

267 Evento Digitale

281 Format Proprietario

### AADV Entertainment

*Grandi Stazioni Retail – Senstation On Ice*

226 Installazione Creativa

*Red Bull Italia – Red Bull 64 Bars Live*

176 Evento Musicale

### AADV Entertainment & Oramata Grandi Eventi

*AADV Entertainment & Oramata Grandi Eventi –*

*Coca-Cola Pizza Village Milano*

282 Format Proprietario

### Access Live Communication/Essence Mediacom/Dazn

*The Coca-Cola Company – Coca-Cola Super Match*

268 Evento Digitale

284 Format Proprietario

314 Evento Integrato

### Access Live Communication/Cosmetica Italia

*Cosmetica Italia – Milano Beauty Week 2023*

135 Evento Culturale

155 Evento delle Pubbliche Istituzioni

190 Evento Press & PR

283 Format Proprietario

### Access Live Communication/Live Nation

*The Coca-Cola Company – I-Days Coca-Cola 2023*

80 Brand Activation

177 Evento Musicale

300 Gestione della Complessità Organizzativa

321 Evento Integrato

### Adverteam|Next Group

*Ardian Real Estate – Changing Cities.*

136 Evento Culturale

330 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

*Confindustria – Immaginando il futuro. Leonardo da Vinci: l'anima del genio italiano*

137 Evento Culturale

315 Evento Integrato

*GROHE SPA - LIXIL – GROHE SPA. Health Through Water.*

45 Evento B2C

227 Installazione Creativa

242 Lancio di Prodotto/Servizio

331 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

### ALL & KIWI (part of Uniting Group)

*Star – Star Home Restaurant*

81 Brand Activation

316 Evento Integrato

### ALL (part of Uniting Group)

*Pernod Ricard – Jameson Black Barrel. Pop Up Store*

82 Brand Activation

243 Lancio di Prodotto/Servizio

### Alphaomega

*Associazione Italiana Contro Leucemie Linfomi e Mieloma (AIL) – Sognando Itaca 2023*

276 Evento Low Budget

*Birra Peroni – 6 Nazioni 2023. Peroni Nastro Azzurro Terzo Tempo*

216 Evento Trade-Retail

*Birra Peroni – Peroni Nastro Azzurro. 2023 Ryder Cup*

217 Evento Trade-Retail

*Deliveroo Italy – Deliveroo presenta Venezia*

277 Evento Low Budget

*Federazione Italiana Giuoco Calcio – Pre-match show.*

*Italia-Inghilterra*

208 Evento Sportivo

*Generali Italia – Piazza Generali*

121 Convention

301 Gestione della Complessità Organizzativa

*Pfizer Italia – Genealogy. Insieme. Una storia. La nostra*

67 Evento B2I

*Poste Italiane – Polis. Dai piccoli centri si fa grande l'Italia*

156 Evento delle Pubbliche Istituzioni

*SSC Napoli – Festa Scudetto Napoli*

209 Evento Sportivo

### Aploud

*Dacia Italia – My Dacia Road*

258 Roadshow

*Treccani – Il mito, dalle origini alla storia*

138 Evento Culturale

### Arkage & Gruppo Peroni Eventi

*Mercedes-Benz Italia & The Walt Disney Company Italia –*

*Mercedes-Benz e Avatar: La Via dell'Acqua*

83 Brand Activation

### Arneis

*Slow Food – Cheese x Slow Food. Le forme del latte*

285 Format Proprietario

### Arzanà & Enfants Terribles

*Gruppo Montenegro Select – 'Mega Key'. Opening Ca' Select*

228 Installazione Creativa

*Gruppo Montenegro Select – 'Vaporetto-Spritz' alla Select Spritz Week*

28 Evento B2B

191 Evento Press & PR

229 Installazione Creativa

### Assogestioni Servizi

*Assogestioni – Salone del Risparmio*

29 Evento B2B

116 Congressi e Convegni

163 Evento Educational/Formazione

192 Evento Press & PR

286 Format Proprietario

302 Gestione della Complessità Organizzativa

317 Evento Integrato

### Balich Wonder Studio

*MSC Cruises – MSC World Europa Naming Ceremony*

244 Lancio di Prodotto/Servizio

### c-zone

*Bosch – Pizza like a Bosch*

181 Evento Non-Profit/CSR

### Crescenzi & Co.

*Pernod Ricard Italia – KI NO BI. In the Heart of Kyoto*  
245 Lancio di Prodotto/Servizio

### Cannizzo Produzioni

*BAT - British American Tobacco Italia – glo™ Brand Activation*

84 Brand Activation

*Porsche Italia – Porsche Festival 2023*

193 Evento Press & PR

210 Evento Sportivo

259 Roadshow

303 Gestione della Complessità Organizzativa

### Casta Diva Ideas

*A2A – Light is Life. Festa delle Luci A2A*

46 Evento B2C

139 Evento Culturale

182 Evento Non-Profit/CSR

230 Installazione Creativa

269 Evento Sostenibile

### Ciaopeople

*Ciaopeople – Curva C*

231 Installazione Creativa

### Cimbali Group

*MUMAC, Museo della Macchina per Caffè – Il Decennale MUMAC*

108 Celebrazione/Ricorrenza

### Ega Worldwide

*Presidenza del Consiglio dei Ministri, Ministro per le disabilità – Expo Aid 2023*

117 Congressi e Convegni

157 Evento delle Pubbliche Istituzioni

183 Evento Non-Profit/CSR

### Feedback

*Feedback & Comune di San Vito Lo Capo – Cous Cous Fest*

140 Evento Culturale

### Filmmaster

*Costa Edutainment – La Città dei Bambini e dei Ragazzi*

141 Evento Culturale

164 Evento Educational/Formazione

287 Format Proprietario

*Euroleague Basketball – 2023 Turkish Airlines EuroLeague Final Four Kaunas*

48 Evento B2C

211 Evento Sportivo

### Filmmaster & Ega Worldwide

*Comitato per Expo 2030 Roma – Candidatura per Roma Expo2030 ‘Humanlands’*

30 Evento B2B

142 Evento Culturale

158 Evento delle Pubbliche Istituzioni

304 Gestione della Complessità Organizzativa

332 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

### FMA hub

*Maserati – Maserati GT2 Première*

194 Evento Press & PR

246 Lancio di Prodotto/Servizio

### Free Event

*AIPS - Association Internationale De La Presse Sportive – AIPS Sport Media Awards. Seoul 2023*

195 Evento Press & PR

*Scuderia Ferrari – Lancio SF23*

49 Evento B2C

85 Brand Activation

196 Evento Press & PR

212 Evento Sportivo

### Gianlorenzo Mortgat

*TBWA & Integer Italia – Rinascente – Diabolik. Colpo alla Rinascente*

102 Brand Activation

113 Celebrazione/Ricorrenza

### Ground Control

*MSC Cruises – MSC Euribia Naming Ceremony*

247 Lancio di Prodotto/Servizio

305 Gestione della Complessità Organizzativa

## Gruppo Gattinoni

*Lamborghini – Lamborghini Revuelto. From Now On*

- 31 Evento B2B
- 86 Brand Activation
- 197 Evento Press & PR
- 248 Lancio di Prodotto/Servizio
- 306 Gestione della Complessità Organizzativa
- 318 Evento Integrato
- 333 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

## Gruppo Peroni Eventi

*Mercedes Benz Italia – #MercedesExperience. Taste of Nature*

- 87 Brand Activation
- 218 Evento Trade-Retail
- 260 Roadshow
- Tommy Hilfiger – Tommy is in town*
- 219 Evento Trade-Retail
- Toyota Italia – New Toyota CH-R. The Choice*
- 32 Evento B2B
- 249 Lancio di Prodotto/Servizio
- Vorwerk Italia – Convention CNV Folletto '23*
- 33 Evento B2B
- 123 Convention

## Gruppo WISE

*Fondazione Nadia Toffa – Progetto DOna*

- 184 Evento Non-Profit/CSR

## H&A Motivation Company

*Lyreco – Lyreco New Season*

- 124 Convention
- Marazzi Group – Tile Week 2023*
- 288 Format Proprietario
- 334 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

## Heineken Italia – Areadocks Events

*Heineken Italia - Convention Commerciale Heineken Italia*

- 27 Evento B2B
- 122 Convention

## Heineken Italia – Fasten Seat Belt

*Birra Messina - Birra Messina Bar Meravigghia*

- 47 Evento B2C

## Heineken Italia – Monogrid

*Heineken Italia – MSGMxHeineken. 150° Anniversario - The Party*

- 107 Celebrazione/Ricorrenza
- 326 Evento Integrato

## iliad Italia

*iliad – Lancio iliadbusiness*

- 34 Evento B2B
- 198 Evento Press & PR
- 250 Lancio di Prodotto/Servizio

## IMILLE

*Pernod Ricard Malfy Gin – A Negroni Revolution*

- 232 Installazione Creativa
- 335 Utilizzo Unexpected di uno Spazio
- Pernod Ricard Malfy Gin – Malfy Moment: Monte Bianco*
- 98 Brand Activation

## Italia Eventi Group

*Birra Peroni – Stile Capri Wave*

- 88 Brand Activation
- 199 Evento Press & PR
- 251 Lancio di Prodotto/Servizio
- 319 Evento Integrato

## Jungle

*LVMH Profumi e Cosmetici Italia – Dior Parfums. The Chandelier of Dreams*

- 233 Installazione Creativa
- Serravalle Outlet Mall – McArthurGlen. The Sound of Colors*
- 143 Evento Culturale

## KREAR

*Cattolica Assicurazioni – Agenzie in Scena. Tour Teatri 2022*

- 68 Evento B2I
- 261 Roadshow

## LaTarma Entertainment

*Maire – Unbox The Future*

- 118 Congressi e Convegni
- Prime Video Italia – Autumn Beat Fest*
- 144 Evento Culturale

*Sony Music – Lido Mengoni*

- 178 Evento Musicale
- 200 Evento Press & PR
- 320 Evento Integrato
- 336 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

**Live.Com**

*Ferrari – Ferrari Finali Mondiali 2022*

- 50 Evento B2C
- 89 Brand Activation
- 105 Celebrazione/Ricorrenza
- 213 Evento Sportivo
- 289 Format Proprietario
- 307 Gestione della Complessità Organizzativa

*Ferrari – Ferrari New Special Series. Anteprima*

- 51 Evento B2C
- 252 Lancio di Prodotto/Servizio
- 337 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

**LiveZone**

*AB InBev – Corona Sunsets Festival*

- 52 Evento B2C
- 90 Brand Activation
- 145 Evento Culturale
- 179 Evento Musicale
- 220 Evento Trade-Retail
- 262 Roadshow
- 270 Evento Sostenibile
- 308 Gestione della Complessità Organizzativa

*ACCOR – Limitless Experiences by ALL – ACCOR*

- 146 Evento Culturale
  - 171 Evento Incentive/Team Building
- PVH Italia - Tommy Hilfiger – Tommy Vip Nights*
- 221 Evento Trade-Retail

**Living Brands**

*Barilla G. e R. Flli – Limonaia Urbana*

- 53 Evento B2C
- 91 Brand Activation
- 201 Evento Press & PR
- 253 Lancio di Prodotto/Servizio
- 290 Format Proprietario
- 322 Evento Integrato
- 338 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

*cameo – Sorpresa Perfetta*

- 54 Evento B2C
  - 92 Brand Activation
  - 278 Evento Low Budget
  - 323 Evento Integrato
- Felicia – Fatti di un'altra pasta*
- 222 Evento Trade-Retail

**Luigi Lavazza**

*Luigi Lavazza – Cena di Gala Nitto ATP Finals 2022*

- 339 Utilizzo Unexpected di uno Spazio
- Luigi Lavazza – L'Italia che vorrei*
- 55 Evento B2C
  - 180 Evento Musicale
  - 324 Evento Integrato

**Lux Eventi**

*Lux Eventi – Balloon Museum*

- 56 Evento B2C
  - 147 Evento Culturale
  - 291 Format Proprietario
- Lux Eventi – Christmas World*
- 57 Evento B2C
  - 148 Evento Culturale
  - 292 Format Proprietario
- Lux Eventi – This is Wonderland*
- 58 Evento B2C
  - 149 Evento Culturale
  - 293 Format Proprietario

**Mai Tai**

*Edenred – L'Eden del Futuro di Edenred*

- 106 Celebrazione/Ricorrenza
- Pernod Ricard Italia Malfy Gin – View To View Malfy Tour*
- 263 Roadshow

**Marimo - Living Brands - OMD/Fuse - Omnicom PR Group**

*Barilla – Voiello Miez'a Via Milano*

- 59 Evento B2C
- 93 Brand Activation
- 234 Installazione Creativa
- 325 Evento Integrato
- 340 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

## Mediagroup98

- Gruppo Gran Terre – Gran Terre, dove nascono grandi bontà*  
94 Brand Activation  
*Legacoop – L'impresa del futuro: cooperativa, per tutti*  
119 Congressi e Convegni  
*UniSalute – Excellence - UniSalute Premium Experience*  
264 Roadshow

## Media Monks Milan

- Mundys – Moving Data*  
150 Evento Culturale  
235 Installazione Creativa

## Minimarket Studio

- CA Auto Bank e Drivalia – IAA Mobility Munich*  
35 Evento B2B

## Mosaico Studio Engineering

- Amazon Italia Services – Amazon Black Friday Gallery*  
60 Evento B2C

## Musa

- Musa – The Island 2023*  
294 Format Proprietario

## Newton

- ACS Dobfar – ACS 50*  
69 Evento B2I  
109 Celebrazione/Ricorrenza  
*Emil Group - Emilceramica – Emil People*  
36 Evento B2B  
95 Brand Activation  
*Il Sole 24 Ore & Comitato Global Inclusion – art. 3, in partnership con Associazione Italiana per la Direzione del Personale – Global Inclusion 2022*  
185 Evento Non-Profit/CSR

## Next Group - Maize

- Bulgari – The Sinuous Overture. Immersive room per Bulgari*  
110 Celebrazione/Ricorrenza  
236 Installazione Creativa  
265 Roadshow

## Next Group - Padel Trend

- Padel Trend - Next Group – Padel Trend Expo 2023*  
37 Evento B2B  
61 Evento B2C  
165 Evento Educational/Formazione  
214 Evento Sportivo  
295 Format Proprietario

## Next Group | The Next World

- ABB – Key Account Meeting 2022*  
173 Evento Incentive/Team Building  
*Alfa Romeo – Alfa Romeo 33 Stradale. Il coraggio di sognare | World Première*  
205 Evento Press & PR  
254 Lancio di Prodotto/Servizio  
*Coca-Cola HBC Italia – EXTRAordinary People. Coca-Cola HBC Italia Sales Convention 2023*  
70 Evento B2I  
129 Convention  
*Ferrari – Ferrari Roma Spider World Première*  
66 Evento B2C  
255 Lancio di Prodotto/Servizio  
344 Utilizzo Unexpected di uno Spazio  
*Generali Italia – Lion Wing. Marrakech 2023*  
71 Evento B2I  
174 Evento Incentive/Team Building  
*Italiana Assicurazioni – Rio 2023*  
172 Evento Incentive/Team Building  
*Sanpellegrino – Grand Finale 2023. S.Pellegrino Young Chef Academy*  
40 Evento B2B  
168 Evento Educational/Formazione  
206 Evento Press & PR  
*Zurich Bank – La nostra forza Noi. Costruiamo insieme il nostro futuro*  
72 Evento B2I  
130 Convention

## Ninety-nine

- Ministero della Difesa e Marina Militare, in collaborazione con Difesa Servizi – Cerimonia di partenza. Tour Mondiale dell'Amerigo Vespucci*  
111 Celebrazione/Ricorrenza  
159 Evento delle Pubbliche Istituzioni

## Noloop

*A2A – Light Up Life*

38 Evento B2B

125 Convention

*Campari Group – Campari - Hotel Des Bains. Festival del Cinema di Venezia 2023*

62 B2C

96 Brand Activation

202 Evento Press & PR

341 Unexpected di uno Spazio

## Noloop - Artech FX

*Campari Group – Milano. House of Campari*

63 Evento B2C

97 Brand Activation

203 Evento Press & PR

309 Gestione della Complessità Organizzativa

342 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

## Piano B

*AXA – Convention Agenti 2023*

126 Convention

*GEDI Gruppo Editoriale – Green&Blue Festival*

271 Evento Sostenibile

*Sorgenia – Sorgenia sempre 25 novembre*

186 Evento Non-Profit/CSR

*The Adecco Group – Adecco Kick Off 2023*

127 Convention

## Piano B & Block10

*Onde Nostre di Block10 – Skate & Surf Film Festival Milano – SSFF*

151 Evento Culturale

296 Format Proprietario

## Piano B & mare culturale urbano

*Redo – Exmacello*

343 Utilizzo Unexpected di uno Spazio

## PwC

*Accademia Carrara di Bergamo – ‘Sguardi dalla Torre. Botticelli’*

152 Evento Culturale

## Snaitech

*Snaitech & Epiqa – Italia. Open to Meraviglia. FEI*

*Jumping European Championship*

215 Evento Sportivo

## Sport Network

*Sport Network – Rom-E. Ecosostenibilità e futuro*

64 Evento B2C

153 Evento Culturale

166 Evento Educational/Formazione

272 Evento Sostenibile

297 Format Proprietario

## Superhumans

*BNL BNP Paribas – Run to the Future. Life Banker BNL*

*BNP Paribas*

73 Evento B2I

167 Evento Educational/Formazione

*Cattolica Assicurazioni – Cattolica Porta Futura*

39 Evento B2B

128 Convention

## T3KNE

*The Walt Disney Company Italia – A Haunting In Venice.*

*Press & Influencer Ultimate Experience*

204 Evento Press & PR

*The Walt Disney Company Italia – Avatar: The Way Of*

*Water. Venice PR Stunt*

99 Brand Activation

237 Installazione Creativa

*The Walt Disney Company Italia – The Little Mermaid.*

*Sardinia PR Stunt*

100 Brand Activation

238 Installazione Creativa

## TBWA\Italia

*iliad – iliadLAND*

65 Evento B2C

101 Brand Activation

112 Celebrazione/Ricorrenza

## Triumph Group International

*Camera di Commercio Italiana a Singapore e Singapore*

*Tourism Board – Enlightening Drone Light Show*

154 Evento Culturale

160 Evento delle Pubbliche Istituzioni



### CNHi – CNH Dealer Convention. Europe 2023

- 41 Evento B2B
- 131 Convention
- 256 Lancio di Prodotto/Servizio
- ILDS International League of Dermatological Societies & DSS Dermatological Society of Singapore – WCD2023.*
- 25th World Congress of Dermatology*
- 120 Congressi e Convegni
- 273 Evento Sostenibile
- 310 Gestione della Complessità Organizzativa

### Uniting Group

#### *Plenitude+Be Charge - Connections by Plenitude+Be Charge*

- 169 Evento Educational/Formazione
- 239 Installazione Creativa
- Uniting Group – Run For Inclusion*
- 170 Evento Educational/Formazione
- 187 Evento Non-Profit/CSR
- 274 Evento Sostenibile
- 298 Format Proprietario

### Urban Vision

#### *Netflix Italia – La Dolce Vita di Netflix*

- 240 Installazione Creativa
- Timberland Italia – Human & AI interaction with DOOH*
- 223 Evento Trade-Retail

### Vela

#### *Comune di Venezia – Salone dell'Alto Artigianato Italiano*

- 161 Evento delle Pubbliche Istituzioni
- 275 Evento Sostenibile

### WindTre

#### *iDOC – WindTre – Best In Thai. Un'esperienza esclusiva dedicata ai migliori partner di WindTre*

- 175 Evento Incentive/Team Building

### Xister Reply

#### *Mestieri d'Eccellenza LVMH – Evento di premiazione.*

#### *Maestri d'Eccellenza*

- 162 Evento delle Pubbliche Istituzioni
- Mestieri d'Eccellenza LVMH – ShowME*
- 74 Evento B2I
- 132 Convention
- Mestieri d'Eccellenza LVMH – You&ME*
- 266 Roadshow

### YAM112003

#### *Fondazione Diversity – Diversity Media Awards 2023*

- 188 Evento Non-Profit/CSR
- Gruppo Mondadori – #CheSpettacolo!*
- 114 Celebrazione/Ricorrenza

# BPA 2023

## i protagonisti

### Catering

- 346 Area Kitchen Group

### Location

- 347 Spazio San Babila

### Servizi Digitali per Eventi

- 348 2ndstage by Plesh
- 349 Sticket by Plesh
- 350 Toolpress by Plesh
- 351 Winston by Plesh



Doesn't matter where, but who with...

# Tailored to Your Needs

Ogni giorno, ovunque nel Mondo, supportiamo i nostri Clienti nella gestione della mobilità di piccoli e grandi eventi.

Siamo molto più di un semplice NCC, realizziamo soluzioni su misura con professionalità, riservatezza e la massima affidabilità.

Balsamo s.r.l. | Piazza della Pieve 1d | Casazza (BG) - Italy | [info@balsamo.care](mailto:info@balsamo.care)

Affiliated Companies, Proudly BALSAMO® Network

Mobility Technical Management Italia s.r.l.  
Borgo di Terzo (BG) | Roma - Italy

Société Parisienne de Gestion de la Mobilité S.A.S.  
Paris - France

Mobility Angel Corporation  
New York - NY

[balsamo.care](https://balsamo.care)







# EXPERIENCE ETERNITY

R O M E  
N O V E M B E R  
2 1 - 2 5  
2 0 2 3



[www.livecommunicationweek.com](http://www.livecommunicationweek.com)