AKUNAMAG
AKUNA MATATA
AKUNA MATATA

La soluzione cashless
per il tuo evento

Con le nostre soluzioni cashless il successo del tuo evento è garantito: gestione ottimizzata dei pagamenti, sicurezza degli incassi, tecnologia con bracciali NFC, piena conformità fiscale e statistiche dettagliate. Il tuo evento, senza precedenti.

SLESH

OGNI CLIENTE È UN LINGUAGGIO DIVERSO, OGNI PROGETTO È UNA NUOVA PAGINA DA SCRIVERE

Il nostro approccio alla comunicazione parte dai tradizionali canali offline *(campagne ADV, TV, spot radio, video aziendali, brand identity, catalaoghi e brochure, materiale POP, packaging)*, integra tutti i canali dell'online *(creazione di siti web, digital reputation, banner e landing page, social network, community management)*, si diverte con l'organizzazione di eventi ed esplora di volta in volta le infinite possibilità della comunicazione non convenzionale *(guerrilla e viral marketing)*.

DA 25 ANNI RACCONTIAMO STORIE DI COMUNICAZIONE SU MISURA

CAPACITÀ DI ESPLORARE

Siamo passati dalle campagne cartacee al nuovo orizzonte del web, arrivando fino al guerrilla marketing, i social network, le videoproduzioni e gli eventi, per cui abbiamo creato delle vere e proprie divisioni interne. Il nostro segreto è curiosare in giro senza mai escludere le possibilità di nuove integrazioni.

OSCILLIAMO TRA FUTURO E PRESENTE

Dinamicità e solidità, capacità di esplorare e sguardo fisso sulla meta di ogni progetto: è questo che ci ha permesso di raggiungere lo status delle maggiori agenzie di comunicazione, evitando i costi e gli svantaggi delle strutture troppo dispersive a favore dei servizi su misura di cui i nostri clienti sul territorio nazionale e internazionale non possono più fare a meno.

CREDIAMO NELL'IMPORTANZA DI CREARE UNA SINERGIA DI PENSIERI PER OGNI LAVORO E CON OGNI CLIENTE. UN RAPPORTO BASATO SU RISPOSTE DIRETTE, FIDUCIA RECIPROCA E IMMEDIATA CONDIVISIONE DEGLI OBIETTIVI DA RAGGIUNGERE.

SOCIAL NETWORK
Management

AKUNA MATATA SOCIAL NETWORK MANAGEMENT è una divisione che combina specifiche competenze per fornire un supporto integrato e completo nella gestione dei Social Network secondo precisi obiettivi.

Dopo aver individuato i canali più adatti, Akuna Matata procede all'apertura dei profili e/o ottimizzazione di quelli esistenti, previa stesura di una **strategia condivisa e pianificata** nei dettagli di copertura, tempistiche e contenuti.

Ricerca di **hashtag, attivazioni, operazioni call to action, concorsi, eventuali campagne pay per click** sono alcune delle strategie che mettiamo in campo per diffondere il messaggio e raggiungere il target.

Lo staff dedicato ad ogni singolo progetto è composto da **web manager strategico, tecnico esperto di comunicazione digitale, art director e digital copywriter**, i quali sono in grado di assicurare un supporto a diversi livelli.

Si va dalla semplice stesura di un social manual con indicazioni personalizzate per una **gestione autonoma dei network**, al total management dei canali, subordinato alla stesura di calendari di pubblicazione decisi a cadenza periodica in base a input ed esigenze.

Il servizio è di grande attualità ed efficacia per chi vuole rivolgersi al mercato web ottimizzandone le **possibilità strategiche** in termini di marketing e studiando una copertura targettizzata.

#TeamFach
Per The Voice of Italy

Social media strategy iniziale e social media management on site con produzione contenuti (meme, video release, immagini, copy post...) per ogni puntata. Gestione dei profili social network di Francesco e Roby Facchinetti relativamente a tutti i contenuti verticali sul programma.

#Riki
Immagini social e tour

#TheKolors
Copertina singolo Sony, Sanremo, immagini social

#ilVolo
Full social management

Gestione dei profili social network del gruppo (Facebook, Twitter, Instagram) a partire dal Festival di Sanremo in cui Il Volo si è classificato primo. Coordinamento della comunicazione digital (italiano, inglese e spagnolo) in sinergia con Sony - per il lancio dei 3 album SANREMO GRANDE AMORE, L'AMORE SI MUOVE e NOTTE MAGICA – TRIBUTO AI TRE TENORI, promo, eventi speciali, tour ufficiali in Italia e nel mondo.

#Laura Pausini

Strategie social che combinano creatività e performance di un personaggio che è anche un brand, una community di fan e soprattutto un simbolo. Posizionamento, produzione di contenuti, montaggi audio e video studiati per mostrare tutto ciò che sta dietro alla voce.

#Vittorio Grigolo

Per The Voice of Italy

Ufficio stampa e Pubbliche Relazioni, strategie di social network e coordinamento di contenuti per il celebre tenore che è riuscito a unire pop e opera lirica. Obiettivo? Far vivere l'opera anche fuori dalla tradizione e giù dal palco, innovarla giorno dopo giorno, facendo appassionare un pubblico sempre più vasto. Giovani compresi.

#Andrea e Michele

Full social management

Tutte le nostre idee più pazze, al servizio del duo di conduttori radiofonici che ogni mattina danno il buongiorno al pubblico di Radio DeeJay. Dalle strategie di gestione sponsor al supporto nella ricerca di location, scopri il nostro contributo creativo per gli eventi che vedono la partecipazione di questa coppia irresistibile.

Digital Advertising

STRATEGIA E PIANIFICAZIONE CAMPAGNE DI SPONSORIZZAZIONE DIGITALI

Da diversi anni Akuna Matata ha integrato nel proprio staff diverse figure di eccellenza per la gestione dei budget per l'ADV digitale: professionisti certificati in Facebook business manager, esperti di Facebook audience network sulle piattaforme Facebook e Instagram e qualificati gestori di budget per il network Google e Google AdWords.

Nello staff sono presenti anche esperti in Native Advertising e Affiliate Marketing per i prodotti da vendere nei Marketplace online.
Grazie agli investimenti tecnologici e alle partnership attivate con The World Post, azienda proprietaria di Delfy (software di social e media listening, elaborazione ed analisi dei dati provenienti dall'universo digitale e dei media tradizionali come TV, radio e giornali), il servizio di Digital ADV di Akuna Matata è in grado di fornire dati precisi, dettagliati ed estesi per migliorare ulteriormente le informazioni con cui gli esperti di gestione del budget ADV pianificano e ottimizzano le campagne, a partire dal contenuto fino all'erogazione pubblicitaria multicanale.

Influencer

RICERCHIAMO, ATTIVIAMO E COLTIVIAMO PARTNERSHIP DI VALORE CON I PRINCIPALI SOCIAL **INFLUENCER E BLOGGER** IN AMBITO ITALIANO E INTERNAZIONALE.

QUESTO CI PERMETTE DI ELABORARE **STRATEGIE DIGITAL** ANCORA PIÙ EFFICACI NEI CONFRONTI DEL PUBBLICO DI RIFERIMENTO.

MILANO CORTINA 2026

MILANO CORTINA 2026

Licensing Guidelines
per Prodotti, Packaging,
Store e P.O.P.

AKUNA MATATA

ROAD TO 2026

JUNE 2023
LICENSING SALES KIT

MARCH 2024
STANDARD
LICENSING GUIDELINES

JUNE 2024
INKLESS PEN

DECEMBER 2024
MASCOTTE
LICENSING GUIDELINES

MILANO CORTINA 2026

MILANO CORTINA 2026

MANGUSTA 165 REV

OUR DNA
YOUR DREAM
SINCE 1985

MANGUSTA
Dream Shapers.

MANGUSTA MAXI OPEN 104 REV - 132E - 165 REV - 220 REV
MANGUSTA GRANSPORT 33 - 45 - 54 - 67
MANGUSTA OCEANO 39 - 44 - 46 - 50 - 52

mangustayachts.com

Nasce P*di*Pigna

C'è un po' di Pigna in tutti noi.

Perché dal 1839 Cartiere Paolo Pigna è scuola. Dall'amore per la carta nasce oggi P*di*Pigna.
Un universo di strumenti per la scrittura orgogliosamente Made in Italy,
per accogliere l'unicità dei vostri pensieri, progetti ed emozioni.

design / creative direction:
Matteo Ragni

ESTATHE'
PER IL GIRO D'ITALIA

Giro d'Italia

Team Building and Gala Dinner

DIOR

DIOR

DIOR

ROUGE

SAUVAGE

DIOR

DIOR

Miss Dior

DIOR

DIOR

DIOR
DIOR
DIOR

DIOR

SAUVAGE

GENTLEMAN
SOCIETY

GENTLEMAN
SOCIETY
NEW
GIVENCHY

GENTLEMAN
SOCIETY
NEW
GIVENCHY

GENTLEMAN
SOCIETY
NEW
GIVENCHY

GENTLEMAN
SOCIETY

GENTLEMAN
SOCIETY
NEW

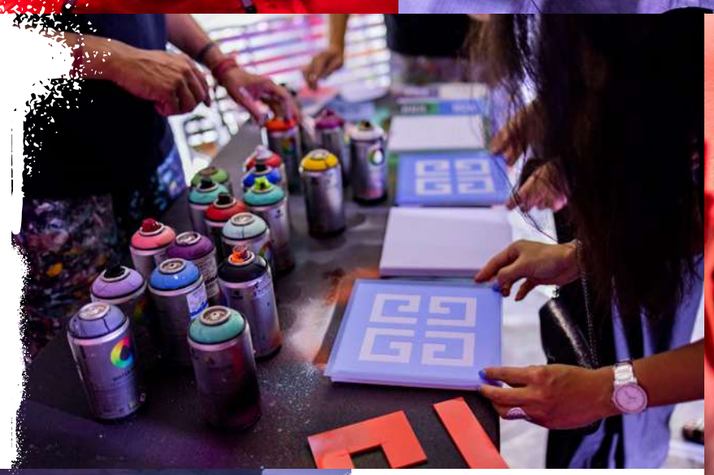
GIVENCHY
CROSS THE LINE

SS THE LINE
CROSS THE LINE

GIVENCHY
L'INTERDIT
GIVENCHY

GIVENC
AR

CROSS THE LINE



L'INTERDIT
GIVENCHY

GIVENC

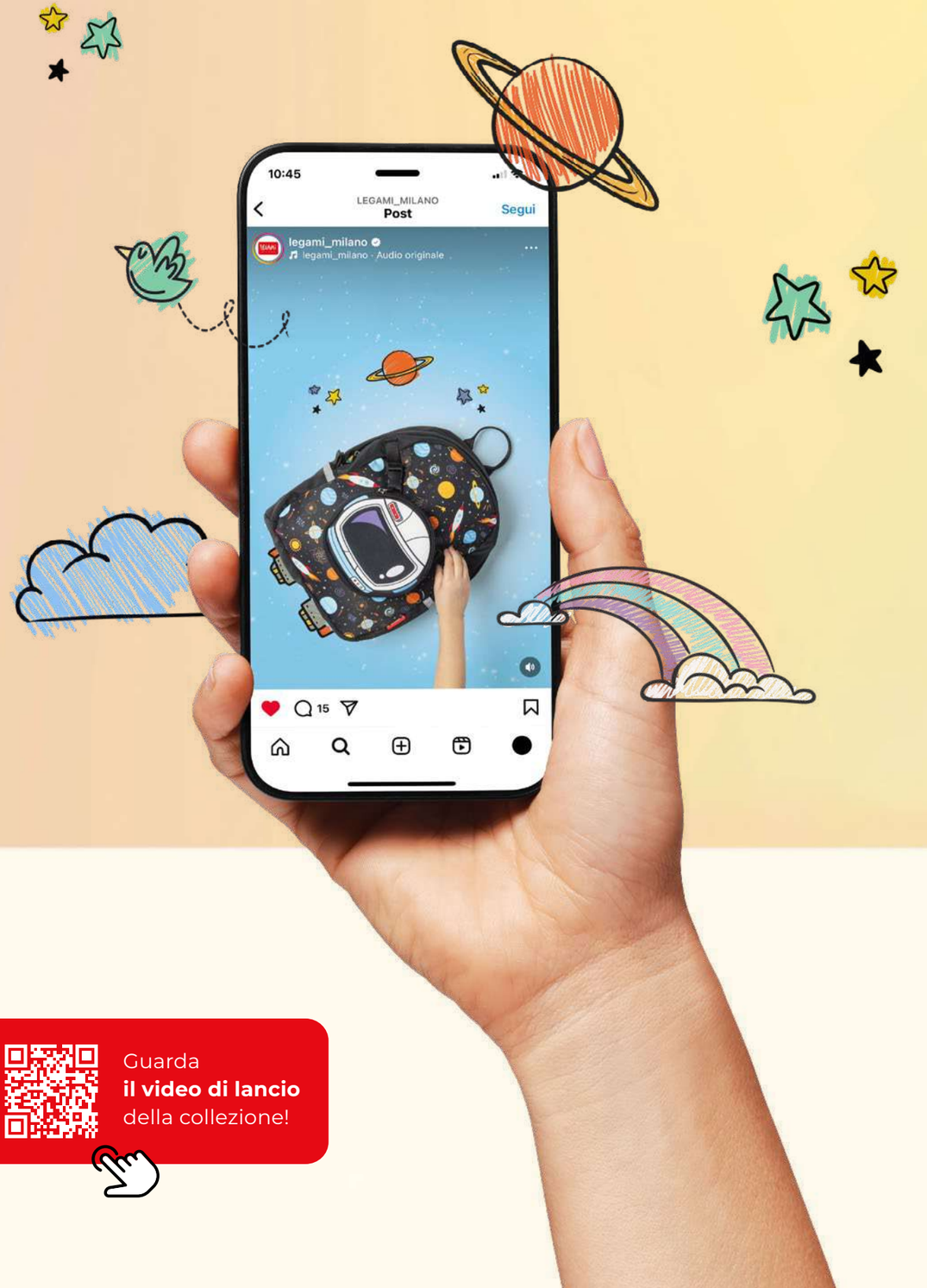
CROSS THE LINE
CROSS THE LINE
CROSS THE LINE
CROSS

LE ROUGE INTERDIT
GIVENCHY

SO CUTE!

For the little dreamers

LEGAMI MILANO



Guarda
il video di lancio
della collezione!

Guarda
il video di lancio
della collezione!

LEGAMI
MILANO

CHIARA FERRAGNI

CHIARA FERRAGNI

CHIARA FERRAGNI

CHIARA FERRAGNI

CHIARA FERRAGNI

×

PIGNA

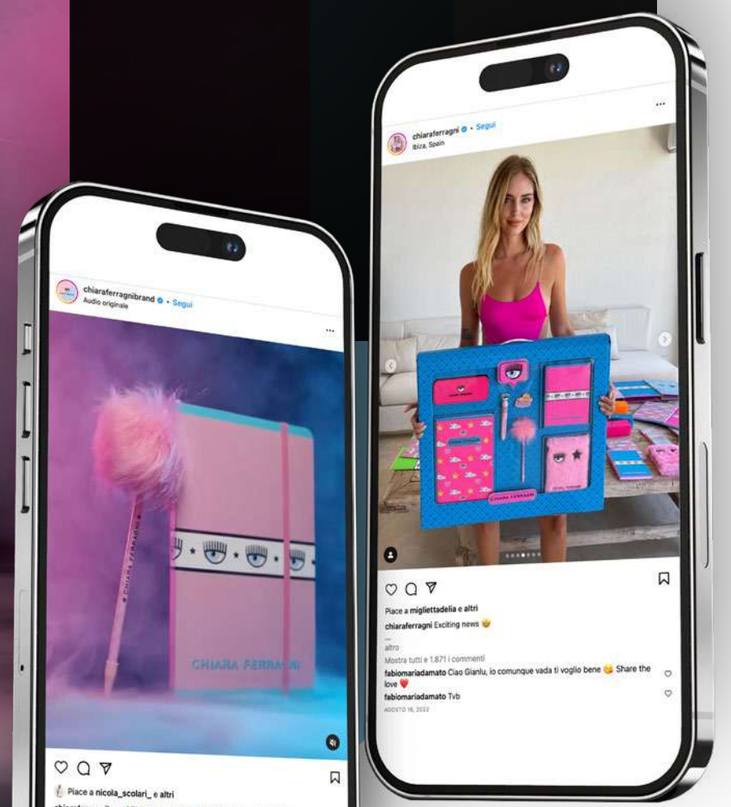
PER IL SECONDO ANNO AKUNA MATATA HA CURATO LA COMUNICAZIONE MULTICANALE DELLA COLLEZIONE CHIARA FERRAGNI X PIGNA.

L'obiettivo era trasmettere al pubblico la speciale sinergia tra i due love brand coinvolti e sottolinearne le unicità.

Dalla cura per i dettagli tra cui i loghi Eyelike in rilievo, ai materiali innovativi come nel caso dell'agenda e penna fluffy, il racconto visivo della seconda collezione Chiara Ferragni x Pigna parla di moda, self empowerment e inclusività.

UN INVITO A ESPRIMERE SE STESSI E REALIZZARE I PROPRI SOGNI.

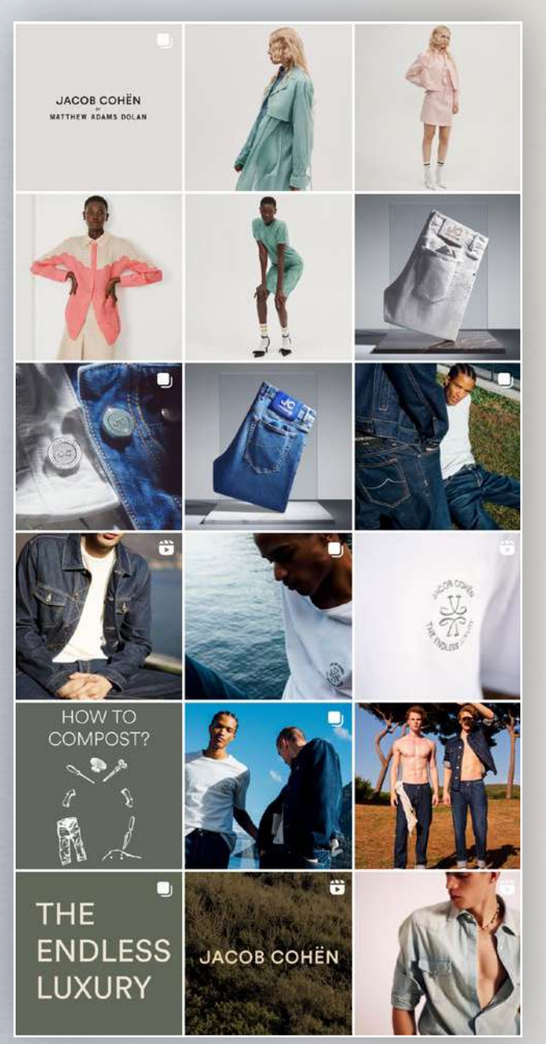
CHIARA FERRAGNI X PIGNA @2022: NEW VIBES



FOCUS ON FASHION

JACOB COHËN

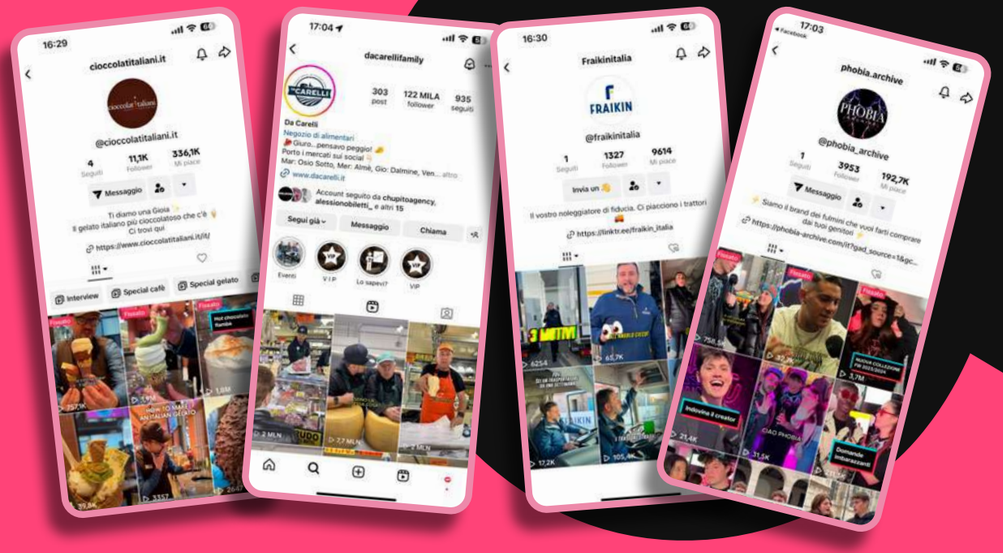
L’agenzia segue da quasi 10 anni la gestione istituzionale dei canali social network del marchio, curandone il posting plan, l’elaborazione di contenuti visual/text e la realizzazione di video istituzionali, social e backstage.



Se non è virale, non è

CHUPITO

CONTENT SHOTS



Una Content Factory creativa specializzata nella produzione di video brevi capaci di valorizzare ed esaltare i punti di forza della tua attività.

www.chupito.it

MONOCROMO®

Energy drink a chi?

SE.XÒ

Un naming ambizioso, seducente e provocante.

Non la solita bevanda energetica, ma un elisir sensoriale dal gusto esotico, che invita a superare ogni etichetta, rompere gli schemi, **sfidarsi e trovare il proprio potenziale straordinario.** Perché ognuno ce l'ha… il punto è liberarlo ed esprimerlo!
A volte basta un semplice sorso.
Tutto questo e molto molto di più è la strategia creativa su cui abbiamo lavorato per raccontare il mondo di SE.XÒ.

friends with benefit

in collaborazione con SEPHORA

MEDIASET play infinity

AKUNA MATATA HA SCRITTO, SCENEGGIATO E PRODOTTO IL PRIMO TV SHOW FIRMATO BENEFIT COSMETICS E SEPHORA.

Un vero e proprio reality con quattro tra le più importanti star di Tik Tok italiane (Elisa Maino, Ambra Cotti, Mattia Stanga e Cecilia Cantarano) **dedicato al mondo del make-up.L'agenzia si è occupata dell' ideazione, della produzione, della registrazione e del montaggio del format. Ha inoltre realizzato il logo e le grafiche animate per i canali tv e social di Benefit Cosmetics, Sephora e Mediaset Infinity.**

Siamo partner del Gruppo

LVMH

MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

Creiamo, comunichiamo e realizziamo per il marchio **Benefit Cosmetics** gli eventi dedicati agli influencer, alla stampa e agli store Sephora.

benefit
SAN FRANCISCO

benefit
SAN FRANCISCO

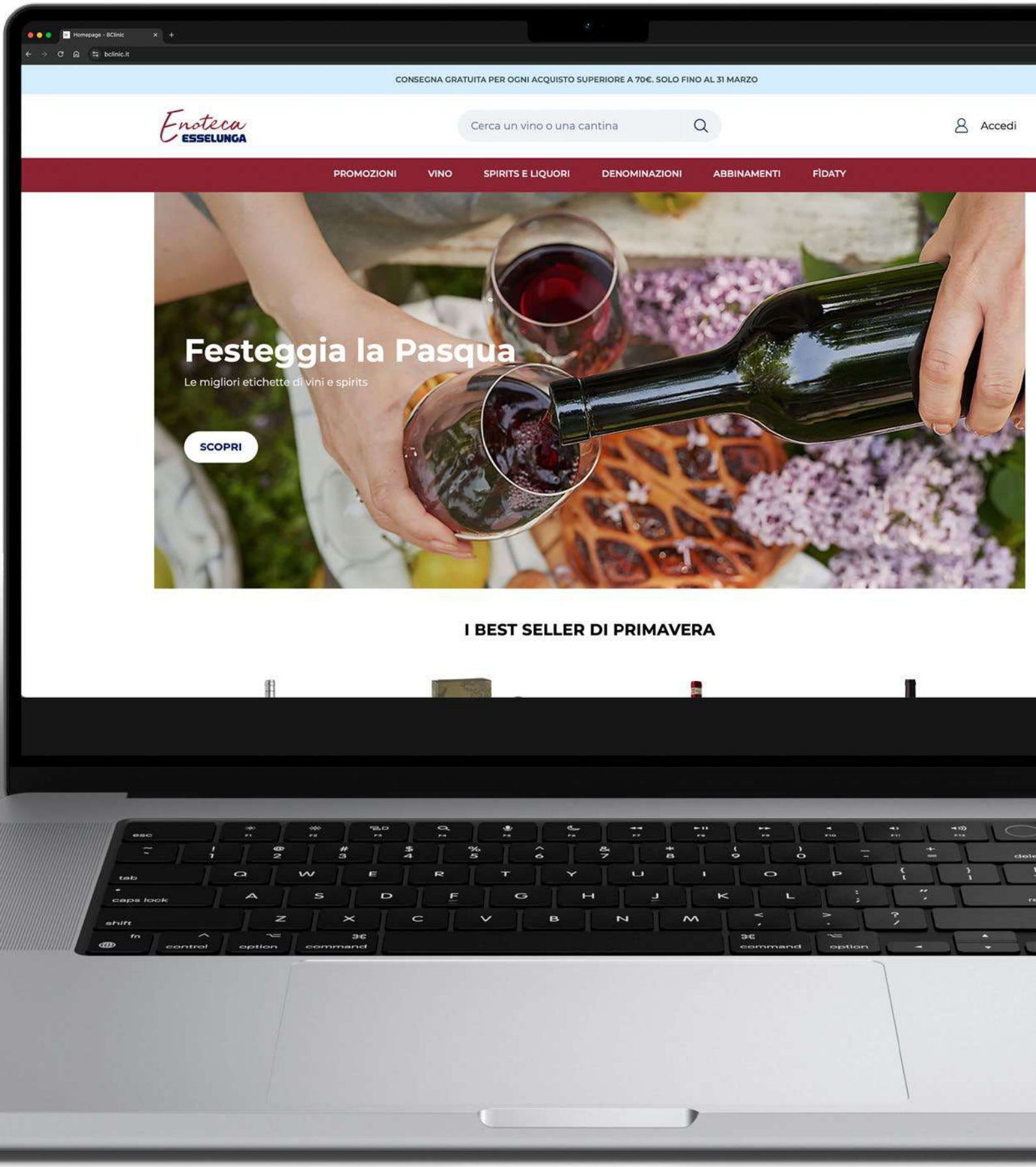
Bubble WORLD

AR+

YOU'RE
POREFECT
benefit
benefit
SAN FRANCISCO
benefit CARE

Il gruppo Esselunga si è affidato ad Akuna-Matata e Be Creatives per la progettazione e la realizzazione del nuovo portale e-commerce dedicato al vino e alla cultura del buon bere.

Il nuovissimo e-commerce di Esselunga dedicato al vino


Homepage - BClinic
bclinic.it
CONSEGNA GRATUITA PER OGNI ACQUISTO SUPERIORE A 70€. SOLO FINO AL 31 MARZO
Enoteca ESSELUNGA
Cerca un vino o una cantina
Accedi
PROMOZIONI
VINO
SPIRITS E LIQUORI
DENOMINAZIONI
ABBINAMENTI
FIDATY
Festeggia la Pasqua
Le migliori etichette di vini e spirits
SCOPRI
I BEST SELLER DI PRIMAVERA

Siamo partner di RBM, leader nel settore idrotermosanitario, **da più di 10 anni**. Abbiamo progettato l'identità visiva dell'azienda, supportandoli nella **costruzione di un brand forte e dinamico**, proseguendo con lo sviluppo di una **comunicazione coerente e completa**.

RBM | MORE.
Vision
aziendale
RBM | MORE.

RBM | MORE.
Vision
aziendale

Essere sostenibili
RBM | MORE.

Partnership
MORE.

TE LA RIFACCIAMO
DI UN CERTO LIVELLO.

RISTRUTTURAZIONE CASA CHIAVI IN MANO

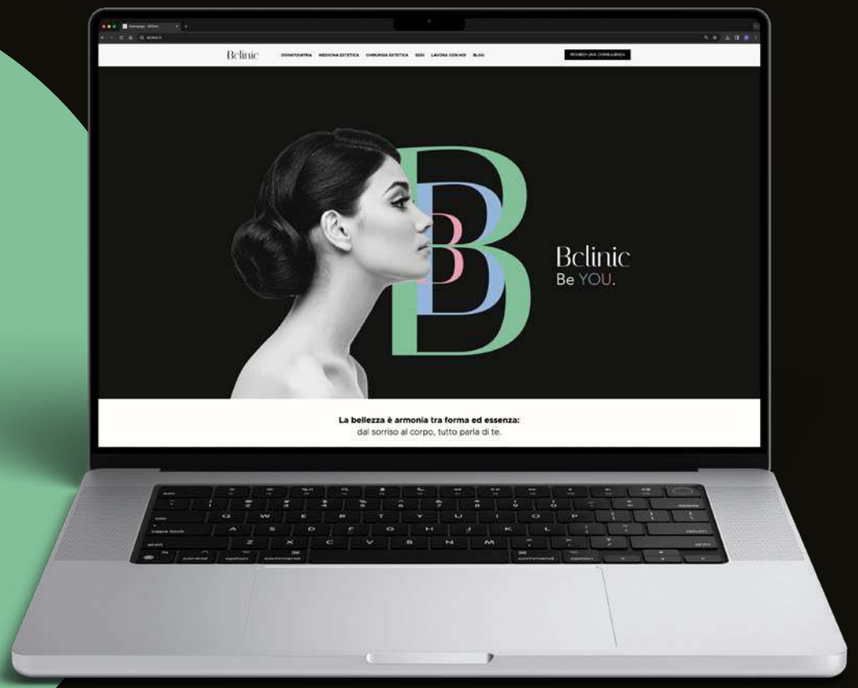
PER MAGGIORI INFORMAZIONI >>> 02 3594 3480 >>> www.artecasasrl.com

ARTECASA

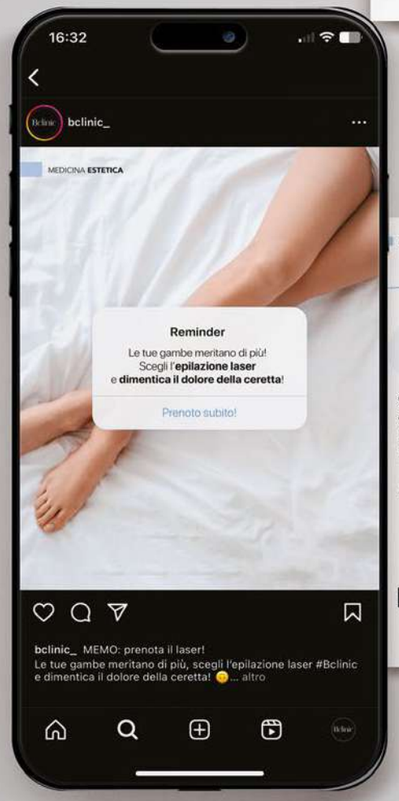
PROGETTA E RISTRUTTURA

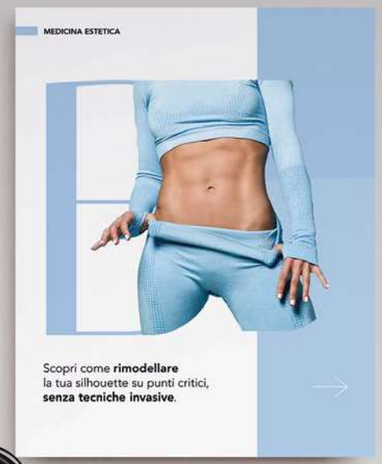
Bclinic

Ecco come stiamo seguendo e supportando la crescita di Bclinic, una realtà che combina odontoiatria, medicina estetica e chirurgia plastica, offrendo consulenze su misura attorno all'idea della bellezza come armonia in ogni parte del corpo, dal sorriso alla silhouette.



Ma che bellezza!





Walcor

Dare forma alla creatività, proprio come fa una storica azienda del cioccolato italiano con la propria golosissima materia prima.

Perché il cioccolato è golosità

ma anche gioia, sorrisi, emozioni da condividere.

Come si fa a raccontare sullo schermo un prodotto che si esprime al meglio quando incontra il palato?

Con tanti visual colorati e gustosi, capaci di trasformare in immagini tutta **la creatività artigianale con cui Walcor racconta le proprie storie golose.**

Nata nel 1954 da un piccolo laboratorio artigianale nel centro di Cremona, negli anni l'azienda è cresciuta mantenendo la passione degli inizi e **sviluppando contemporaneamente una vocazione all'innovazione continua, per la quale abbiamo messo all'opera le nostre migliori risorse di comunicazione.**

TV animation ONE PIECE 25th

©Eiichiro Oda/Shueisha, Toei Animation

TOEI ANIMATION
Since 1956

lipstick

DIABOLIQUE

Diabolique per noi è un progetto speciale.

FodaSe

Uno di quelli che vedi nascere da vicino, tanto da volerci partecipare.

Non solo la "solita" comunicazione, strategia e creatività, ma un contributo concreto alle fasi di ideazione e sviluppo dei prodotti.

Perché Akuna Matata è donna e non poteva che mettere lo zampino in questa collezione di di prodotti creati "dalle donne per le donne".

Con la direzione creativa di Wilma Faissol Facchinetti e il coordinamento operativo e di comunicazione di Daniela Bonetti di Akuna Matata, Diabolique è una collezione di prodotti per il gioco della seduzione, per sdoganare i tabù e coltivare il desiderio.

Un invito a prendersi cura di sé, amarsi e rispettarsi, il tutto con un approccio irriverente, spavaldo, provocatorio. Diabolico.

Il team di comunicazione di Diabolique è tutto al femminile e gli stessi prodotti sono stati formulati da un laboratorio di donne.

"*Perché solo noi sappiamo di cosa abbiamo davvero bisogno... e cosa ci piace.*"

Lanciata il 25 novembre 2022 *(Giornata contro la violenza sulle donne)*, la collezione Diabolique è composta dall' olio must-have **Desire Drops** per profumare e coccolare le parti intime, il balsamo **Nipple Balm** che colora e rivitalizza i capezzoli, lo spray idratante all over **Desire Gloss**, il profumo solido **Desireaholic**, il **Velvet Milk** profumato per idratare corpo viso e capelli, i 3D lipstick **Soft Matte** e **Creamy Matte** che esaltano il volume e fanno risplendere il sorriso.

Diabolique

La filosofia brasiliana del FODA-SE,

La collezione Diabolique è accompagnata dall'invito a seguire la filosofia brasiliana del FODA-SE, diffusa sui social da Wilma.

Non solo la "solita" comunicazione, strategia e creatività

"Foda-se è una parola(ccia) portoghese da usare quando ti trovi davanti a situazioni che non puoi cambiare, controllare, o di cui semplicemente non ti importa nulla"

Sentirsi liberi, lasciare andare i pesi inutili

Significa sentirsi liberi, lasciare andare i pesi inutili e concentrarsi solo su ciò che possiamo scegliere".

GELOPIE

TORTE E GELATI A STRATI

In coordinamento alla nuova immagine e alla App di GELOPIE Akuna Matata ha studiato anche un set di grafiche e colori per personalizzare nel dettaglio i punti vendita e le gelaterie monomarca.

Richiamo del gelato?

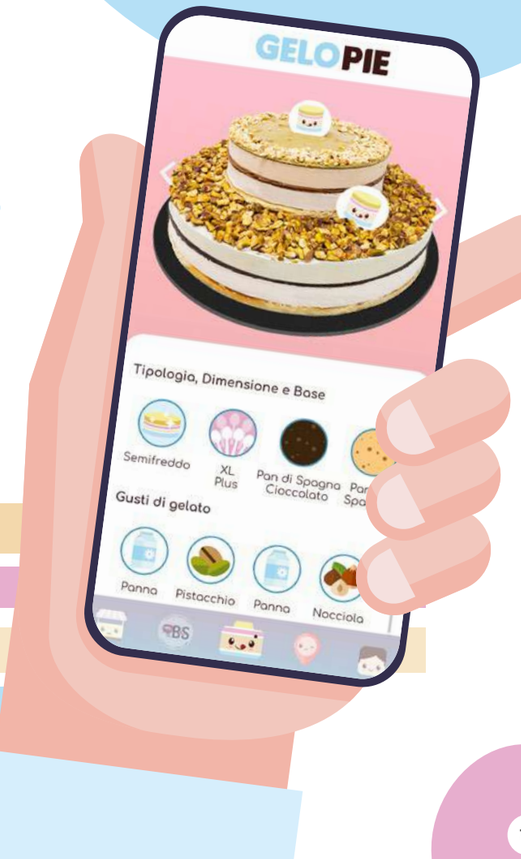
Akuna Matata risponde con lo studio di logo e immagine coordinata per il nuovo squisito progetto GELOPIE.

La missione è trasformare il semplice ordine di una torta gelato in un momento smart, divertente e creativo, anche per il consumatore. Tutto merito di una App innovativa – la prima assoluta – con cui è possibile configurare il proprio dolce sottozero, come fosse un progetto di design.

La torta gelato smart e creativa

LA TORTA SU MISURA

Oltre 5000 configurazioni di gusti, strati e colori per vedere l'anteprima della tua torta gelato su misura, anche grazie all'esclusiva funzione della realtà aumentata.



DAL 1860
PERNIGOTTI

IL GIANDUIA
CON LA P MAIUSCOLA

Akuna Matata è stata al fianco di Pernigotti nel lancio social della nuova edizione del mitico Gianduiotto, insieme a praline, stecche, torroni, creme spalmabili e tutti i prodotti iconici di un autentico love brand della golosità.

E la storia continua...

DAL 1860

PERNIGOTTI

BUONISSIMO

SEMPRE PIÙ BUONI, ANCORA PIÙ BELLI!

Ci siamo divertiti e deliziati a raccontare con video e immagini l'ultimo capitolo di **una storia che viene da lontano e che oggi si prepara a esplorare le frontiere internazionali** attraverso i propri capolavori del gusto.

Dall'intramontabile lingotto di gianduia, gli irresistibili cremini, i nocciolati, gli ovetti e le uova di Pasqua, stavolta **per noi la sfida creativa è stata combinare l'antica tradizione di una ricetta unica con nuove ispirazioni contemporanee.** Tutto il resto è magia.

DAL 1860
PERNIGOTTI

Tutto il resto è magia.

Applicazioni mobile

AR+

FRANCESCA BELLAVITA

IL GIOCO PIÙ FACILE E DIVERTENTE PER OGNI DONNA: ACQUISTARE UN PAIO DI SCARPE!

Una nuova esclusiva App che trasforma in gioco l'esperienza di acquisto delle calzature femminili firmate Francesca Bellavita

Flat o tacchi alti? Cinturino o lacci alla caviglia? Cuore, stella o magico unicorno?

In accordo con il mood divertente e non convenzionale della designer, la App è stata concepita come innovativo strumento di scoperta dell'universo di Francesca Bellavita e della sua idea di femminilità.

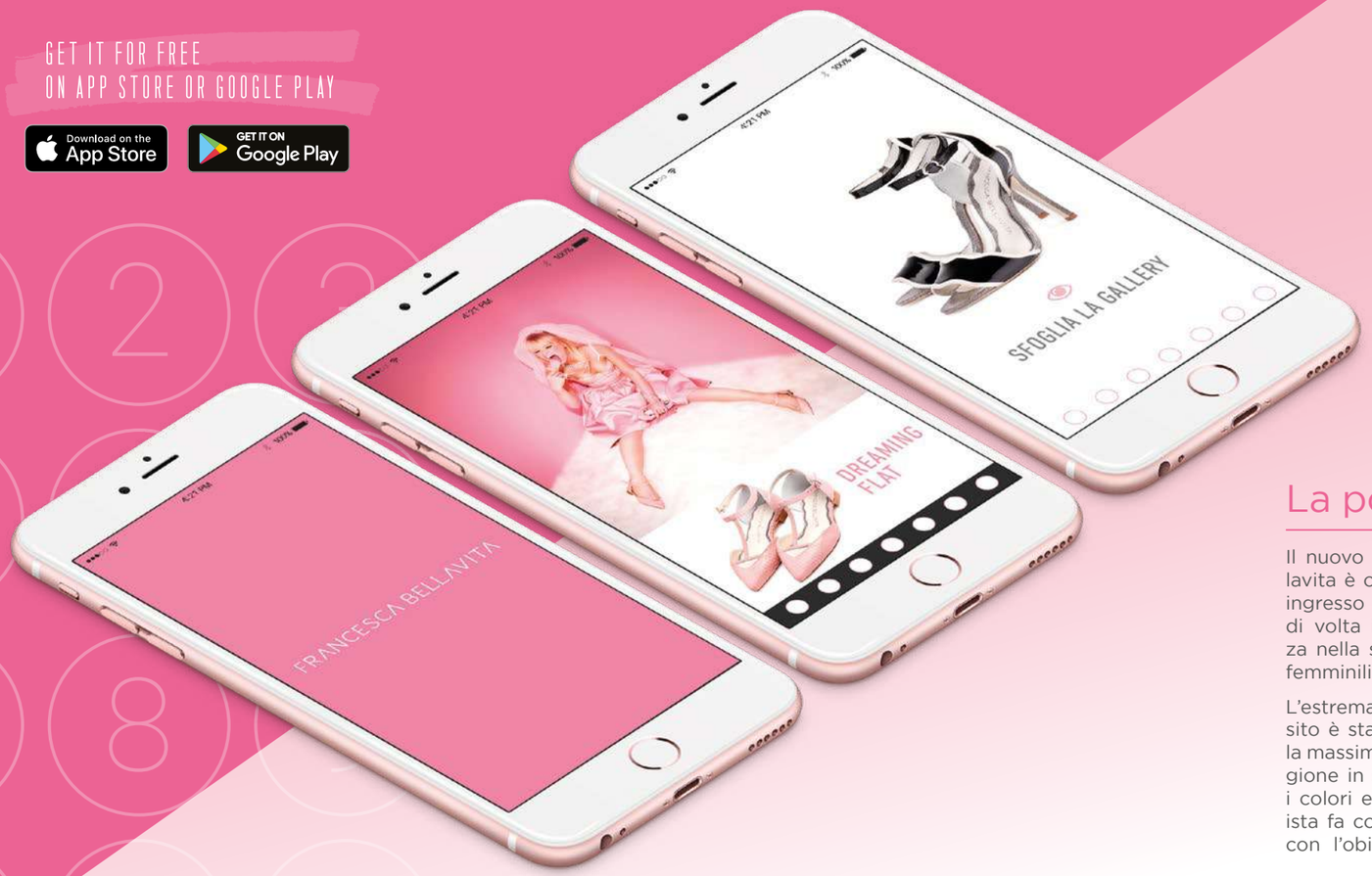
L'interfaccia, semplice e intuitiva, accompagna l'esperienza d'acquisto in ogni fase: basta scorrere le schede dei modelli, lasciarsi ispirare in base all'umore, alla personalità e all'occasione, selezionare la propria taglia ed effettuare l'ordine.

Scaricando la App, ogni donna potrà condividere la magia del mondo Francesca Bellavita con le amiche grazie agli esclusivi stickers per personalizzare iMessage.

GET IT FOR FREE
ON APP STORE OR GOOGLE PLAY

Download on the App Store

GET IT ON Google Play



DON'T CALL ME DOLL

www.francescabellavita.com

WEBSITE / E-COMMERCE

La porta di ingresso al mondo di FRANCESCA BELLAVITA

Il nuovo website di Francesca Bellavita è concepito come la porta di ingresso al mondo che la designer di volta in volta crea e concretizza nella sua collezione di calzature femminili.

L'estrema versatilità strutturale del sito è stata studiata per consentire la massima personalizzazione di stagione in stagione, con le immagini, i colori e le suggestioni che la stilista fa confluire nelle sue creazioni, con l'obiettivo di mostrare tutti i molteplici lati della femminilità.

Grande importanza è data alle immagini, statiche e sotto forma di contributi video che rendono il sito divertente e dinamico, anche grazie all'interazione con elementi grafici giocosi come le bolle di sapone.

Tra i contenuti viene dato spazio al mondo della designer, all'idea di donna che ispira Francesca Bellavita e al valore del Made in Italy delle calzature (realizzate in Italia dai maestri artigiani del distretto del lusso di Vigevano).

Protagonista assoluta del sito è la sezione e-commerce dove è possibile esplorare nel dettaglio ogni modello e completare l'acquisto.

Per ogni scarpa si può ordinare anche l'esclusiva confezione jewel case con finestra trasparente da cui vedere subito il modello e una selezione di adesivi attacca-stacca diversi in base al modello.

PdiPigna

È FINALISTA ALLA
XXVII EDIZIONE
DEL COMPASSO D'ORO.

pdipigna.it

DESIGN INDEX ADI

PdiPigna

ITALIA
LA BELLEZZA UNISCE LE PERSONE
BEAUTY CONNECTS PEOPLE
الجمال يجمع النّاس

Supporter Sponsor del Padiglione Italia a Expo 2020 Dubai

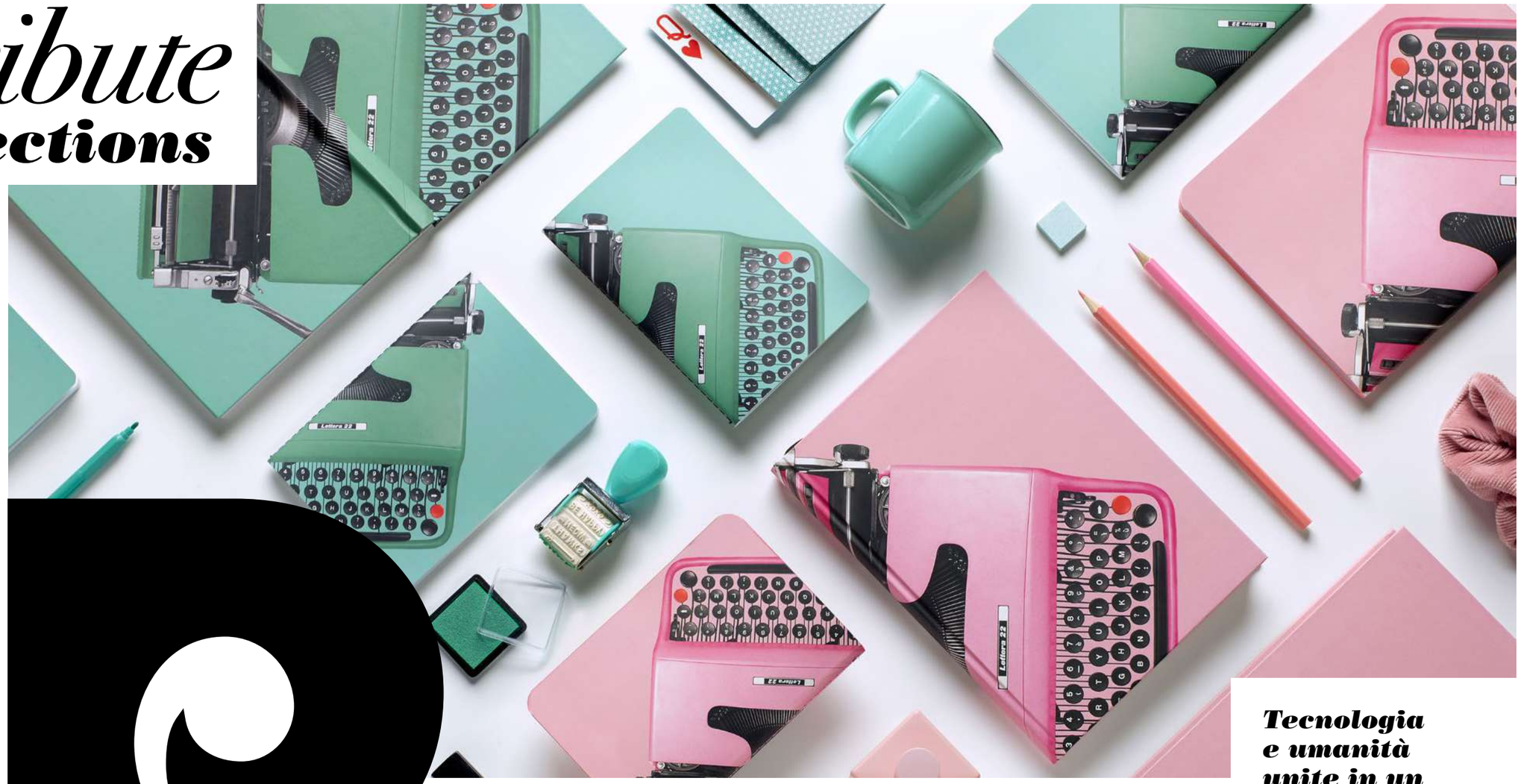
The tribute
collections

Un pezzo senza tempo,
il fidato compagno di generazioni d'Italiani, reinterpretato con dettagli contemporanei.

The tribute
collections

Lettera 22 è un'icona della modernità

che ha permesso a milioni di persone nel mondo di lavorare e scrivere con questo ufficio portatile.

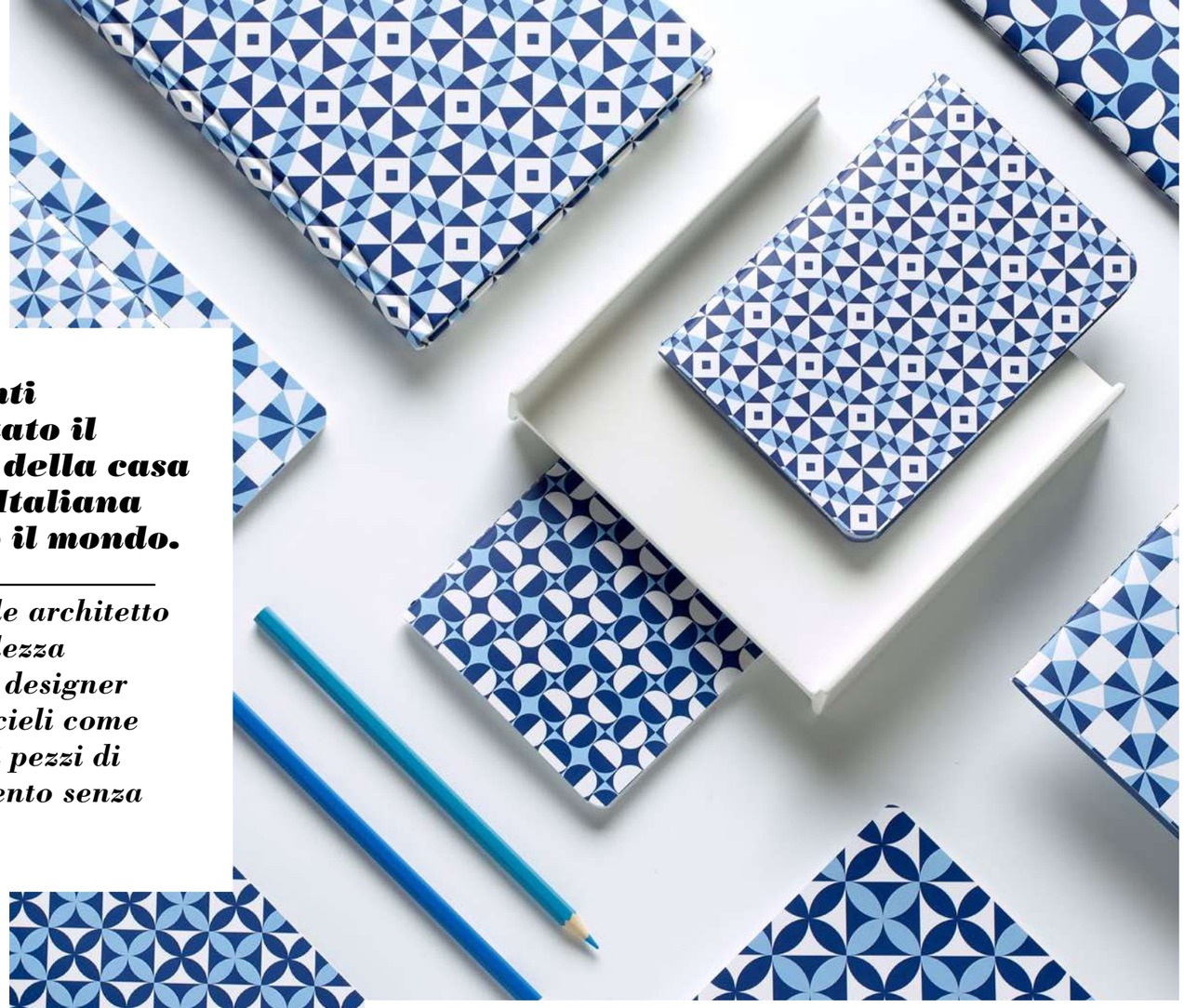


di Pigna

Tecnologia e umanità unite in un solo corpo,

il dattilografo del brand italiano che ha fatto la storia.

di Pigna

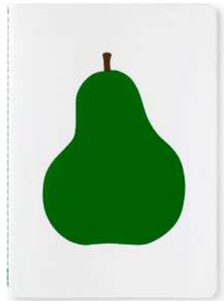


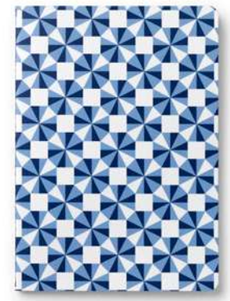
Gio Ponti ha portato il decoro della casa ideale Italiana in tutto il mondo.

Un grande architetto della bellezza Italiana, designer di grattacieli come di iconici pezzi di arredamento senza tempo,

The tribute collections

“ La semplicità è una levigata, perfettamente progettata complessità”





di Pigna

Enzo Mari è stato uno dei più grandi artisti e designer Italiani. Ha ricercato l'essenziale e un approccio veramente democratico al design.

Pagina spciale PdiPigna sul numero di Vanity Fair dedicato a Papa Francesco.

NON PERDERTI IL LIETO FINE...

Rebranding dello storico marchio farmaceutico SPA; nuovi packaging e nuova campagna TV per Dissenten e Dissenflora. Un'operazione sfidante e fuori dalle righe per dare una nuova immagine e raccontare in maniera ironica e divertente, un prodotto difficile da pubblicizzare. Il nuovo packaging diventa più amichevole e colorato, la nuova campagna TV trasferisce un problema imbarazzante nel mondo delle fiabe, in maniera vivace e leggera.

“È TARDI, È TARDI ALICE!”

I nuovi packaging
Dissenten e Dissenflora

Una strategia ad alta visibilità
per l'azienda farmaceutica
che ha fatto la storia italiana.
L'Alta Leggibilità per l'Alta Accessibilità.

Una strategia forte,
un carattere tipografico
per ipovedenti: BIANCOENERO®

Un nuovo packaging chiaro, riconoscibile, di facile approccio ed efficace anche per ipovedenti.

Dissenten® e Dissen Flora® sono i protagonisti della multisoggetto "Intestini Felici e Contenti" in onda sui canali Rai da settembre 2021

Rai

La multisoggetto diventa anche la nuova campagna social di SPA

CREATIVITY IS MOVING

Fin dall'inizio abituati a relazionarci con grandi clienti di livello nazionale, da anni condividiamo il piacere di lavorare per un gruppo del calibro di RCS Sport, a supporto della parte eventistica sportiva.

Le nostre competenze creative sono diventate l'importante mezzo con il quale dare voce e risalto a svariate realtà sportive del panorama italiano: singole squadre calcistiche come Inter, oppure l'Italian Open di Golf, la FIP – Federazione Italiana Pallacanestro, la FIGC – Federazione Italiana Gioco Calcio, la Maratona di Milano e non ultimo il Giro d'Italia.

Format di presentazione diretti a sponsor (dalle semplici slides alla progettazione di veri e propri cofanetti creativi nei quali sono racchiusi tutti i contenuti) e poi ancora pianificazione di strategie creative e concept di attivazioni promozionali, da mettere in pratica in occasione dei vari eventi, per dare la miglior visibilità ai partner coinvolti.

VISIBILITÀ

PALMARES
1 CHAMPIONS LEAGUE
2 COPPA DEI CAMPIONI
2 COPPA INTERCONTINENTALE
1 MONDIALE PER CLUB
18 SCUDETTI
6 TORNEO DI VIAREGGIO
3 COPPA UEFA
5 SUPERCOPPA ITALIANA
7 COPPA ITALIA
RCS Sport
F.C. Internazionale
1908
RCS Sport
Move your Business

MILANO 2015 > DUBAI 2020
CONNECTING EXPOs
EXPO
A PRESTIGIOUS AUDIENCE
Ryder Hesjedal
winner of the Giro d'Italia 2012
Alberto Contador
one-time winner of the Giro d'Italia,
two-time winner of the Tour de France
and two-time winner of the Vuelta
Vincenzo Nibali
one-time winner of the Vuelta,
DUBAI CYCLING COURSE
RCS Sport
Move your Business

RCS Sport

RCS Sport
Move your Business
مجلس دبي الرياضي
DUBAI SPORTS COUNCIL
Dubai Tour 2014
Press conference
Pescara 10th May 2013
Dubai Tour 2014 Press conference
Pescara 10th May 2013
SOTTO IL PATROCINIO DELLO
Sceicco Hamdan bin Mohammed bin Rashid Al Maktoum,
Principe di Dubai e presidente del Dubai Sport Council.
RCS SPORT E DUBAI SPORT COUNCIL
SONO LIETI DI INVITARLA ALLA CONFERENZA
STAMPA UFFICIALE DEL DUBAI TOUR 2014.
Che avrà luogo Venerdì 10 Maggio 2013, alle ore 14.30
Presso la Sala Stampa del Quartier Tappa di Pescara (Via Gramsci, 1 Pescara).
www.tourofdubai2014.ae
2014
Dubai Tour 2014 Press conference
Pescara 10th May 2013

Giro d'Italia
UNESCO

Mercure

Serie B

RCS Sport

MAPEI

Giro d'Italia
CIAO!

BOSTON CELTICS
EA7
OLIMPIA MILANO
1936

Alitalia
RCS Sport

FIFA Confederations Cup 2013 - FIFA World Cup 2014
Barilla
RCS Sport

Serie B

Giro d'Italia
www.giroditalia.it

TECHNOGYM

ITALIA

Giro d'Italia
FORMAT BAR GIRO D'ITALIA

BlackBerry

FRECCIAROSSA

CALZEDONIA

Giro d'Italia

MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE
ALIMENTARI E FORESTALI

La nostra comunicazione per un nome come Pigna, da quasi due secoli leader dei quaderni Made in Italy e da sempre in grado di interpretare e dare concretezza ai sogni&bisogni di studenti di ogni età (e non solo).

Tutti a scuola con Pigna.

Pagina dopo pagina e in continua ricerca di ispirazioni. Pigna ha creato collezioni coordinate di quaderni e accessori per la scrittura.

Dall'omaggio al colore della nuova – ma già un must – linea Monocromo ai soggetti fantastici, i simpatici animali e le bellezze della natura.

Chiamati a dare forma a questi mondi con diverse strategie di comunicazione digitale, noi di Akuna Matata abbiamo raccolto la sfida di raccontare su nuovi canali un brand dalle radici storiche, continuando a scriverne la storia, dalla carta…allo schermo!

MONOCROMO®

Ecosostenibilità in primo piano

dalla produzione alla comunicazione, con i nostri format social pensati per raccontare la collezione di carta riciclata firmata Pigna.

Un progetto di comunicazione speciale dedicato alle

collezioni storiche delle Cartiere Paolo Pigna che nell'estate 2019 sono state inserite nel Fattobene Pop-Up all'interno del Soho Store del **Moma Design Store di NYC**.

Storia di una comunicazione su misura

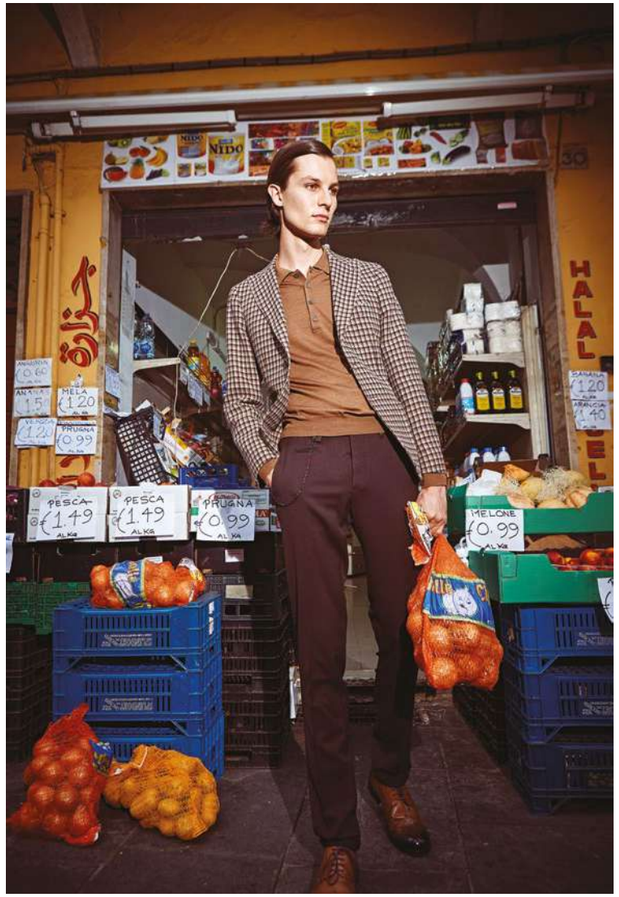
SANTANIELLO

Un progetto di completo restyling dell'immagine coordinata per la sartoria salernitana Santaniello

Il progetto è partito dallo studio di un logo che comunicasse al contempo la tradizione dell'alta sartoria campana con un respiro più fashion, capace di attirare l'attenzione del pubblico anche in vista dell'attivazione del canale web e dei Social Network.

Il mood scelto è stato declinato nella realizzazione del sito istituzionale bilingue, la cui funzione è quella di una piattaforma informativa per clienti, agenti e potenziali nuovi negozi interessati alla distribuzione del prodotto.

Akuna Matata ha supportato Santaniello durante la partecipazione a Pitti Uomo: ideazione e produzione dello stand, allestimento, organizzazione in loco, comunicazione, press office e social network management.



AR+

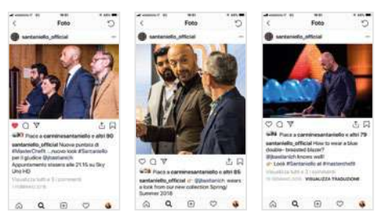
E proprio nei confronti del prodotto (giacche e pantaloni sartoriali da uomo) sono stati realizzati i book agenti, di cui Akuna Matata ha curato l'impostazione grafica e la realizzazione degli scatti fotografici still life, accompagnati da close up su dettagli e tessuti, vera peculiarità del brand Santaniello.

A completamento del lavoro sul prodotto, l'agenzia sta curando, da oltre tre anni, l'immagine coordinata e gli shooting di ogni collezione.

Dalla ricerca della location, scelta del modello, coordinamento fotografico, styling, post produzione e realizzazione di un video backstage, il tutto studiato con il mood di una campagna.

SANTANIELLO

MasterChef



joe bastianich social

X FACTOR

Opening e Anastasio

Redbull Factions - League of Legends

Akuna Matata ha partecipato alla gara per la creazione del logo di Red Bull FACTIONS, il primo torneo italiano 3 contro 3 in cui ci si scontra usando le fazioni della storia di League of Legends. Il torneo è stato sponsorizzato dalla nota bevanda energetica Red Bull.

Magic
THE GATHERING

Akuna Matata ha studiato il **nuovo format di eventi europei** puntando sulle migliori strategie di coinvolgimento del pubblico di giocatori e integrando un **programma di attività collaterali**, con **focus sull'entertainment**, per gli accompagnatori e per il pubblico generico.

Hasbro

BRAND & LICENSING **SHOW**

Tutta un'infanzia impazienti di crescere per essere all'altezza delle cose e poterle finalmente guardare dall'alto.

Per poi trovarsi cresciuti e non ricordarsi più come era lo sguardo di chi vive con gli occhi e il naso puntato all'insù, alla ricerca di una nuova sorpresa.

Piccolo, grande. Grande, piccolo.

Crescendo a volte il cuore si rimpicciolisce, per chi non lo tiene allenato con quella meraviglia che ne amplia gli orizzonti in lungo, in largo, in alto e in basso.

Dove è finito il bambino che si sorprende per la prima volta?

Da dove viene questo adulto che è capace di emozionarsi ancora?

E pensare che tutto parte dalla magia di un giocattolo.

Quella forma colorata che non ha confini, perché è la porta di accesso a un mondo, il nostro… "Sono le piccole cose… niente è più grande!"

PER OGNI DATA

- 5 Paesi europei
- 35 ballerini dalla crew di X-Factor
- 5 diverse coreografie ispirate ai brand Hasbro
- 1 palco rotante motorizzato
- 3 schermi giganti per le proiezioni
- 1 colonna sonora personalizzata
- Il primo speech su una sedia extra-formato
- 60 persone di staff
- 1 settimana di allestimento h24
- 400 ospiti
- 100 kg di polverina effetto magia
- 1 snowglobe gigante, riempita di palloncini a forma di My Little Pony
- 2 truck carichi di allestimenti
- 1 scritta e logo Transformers di 20 mt
- 1 maxi My Little Pony
- oltre 20mila scatole di giocattoli utilizzate per gli allestimenti

BRAND &LICENSING SHOW

La Fabbrica della Meraviglia nasce come nuovo modo di interpretare e far vivere al pubblico l'evento aziendale di Hasbro, leader nel settore giocattoli.

L'innovativo format elaborato da Akuna Matata nasce per trasmettere messaggi, valori, piani futuri e dati numerici, allontanandosi dalla classica presentazione e adottando le modalità tipiche dell'evento, a partire dagli allestimenti per arrivare a una vera dimensione entertainment che coinvolge tutti i piani sensoriali.

Chiave di lettura è la meraviglia, intesa come capacità di sorprendersi tipica dei bambini.

Ed è proprio l'infanzia che si vuole evocare in occasione dell'evento per creare appartenenza e risvegliare i ricordi, avvicinando i partecipanti al fantastico mondo di **My Little Pony, Transformers, Play-Doh e Monopoly**

Ogni aspetto dell'organizzazione è stato curato nel dettaglio, per potenziare al massimo l'effetto meraviglia.

Si comincia con l'accoglienza, dove gli ospiti iniziano ad assaggiare l'atmosfera di un evento non convenzionale, per poi procedere con l'ingresso nei mondi dei brand, dove si scoprono i segreti del magico processo di creazione, per arrivare infine all'esperienza immersiva del prodotto attraverso allestimenti massificati di grande impatto.

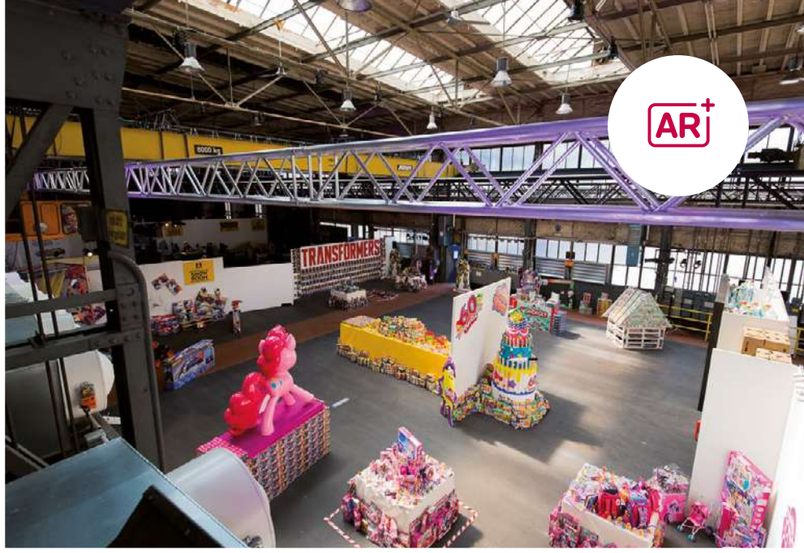
Questa prima fase del percorso apre le porte alla convention vera e propria, con speech pre-registrati e montati in chiave entertainment, in linea con il mood dell'evento.

I relatori hanno parlato al pubblico seduti su **una gigantesca sedia di legno** realizzata per ricreare l'emozione di essere bambini davanti a un mondo sorprendente e tutto da scoprire.
Si finisce con lo show: un suggestivo spettacolo dedicato ai brand di Hasbro e studiato per lasciare gli ospiti con gli occhi pieni di stupore.

Dopo il primo evento di Milano, La Fabbrica della Meraviglia è diventato **un format internazionale esportato in Europa** per lo sviluppo degli eventi Brand & Licensing Show di Hasbro in **UK, Spagna, Germania e Francia.**

Akuna Matata ha seguito l'intera organizzazione del tour in ogni aspetto: progetto creativo, ricerca location, produzione, logistica, trasporti, show&entertainment.

TRANSFORMERS


TRANSFORMERS

my LITTLE PONY

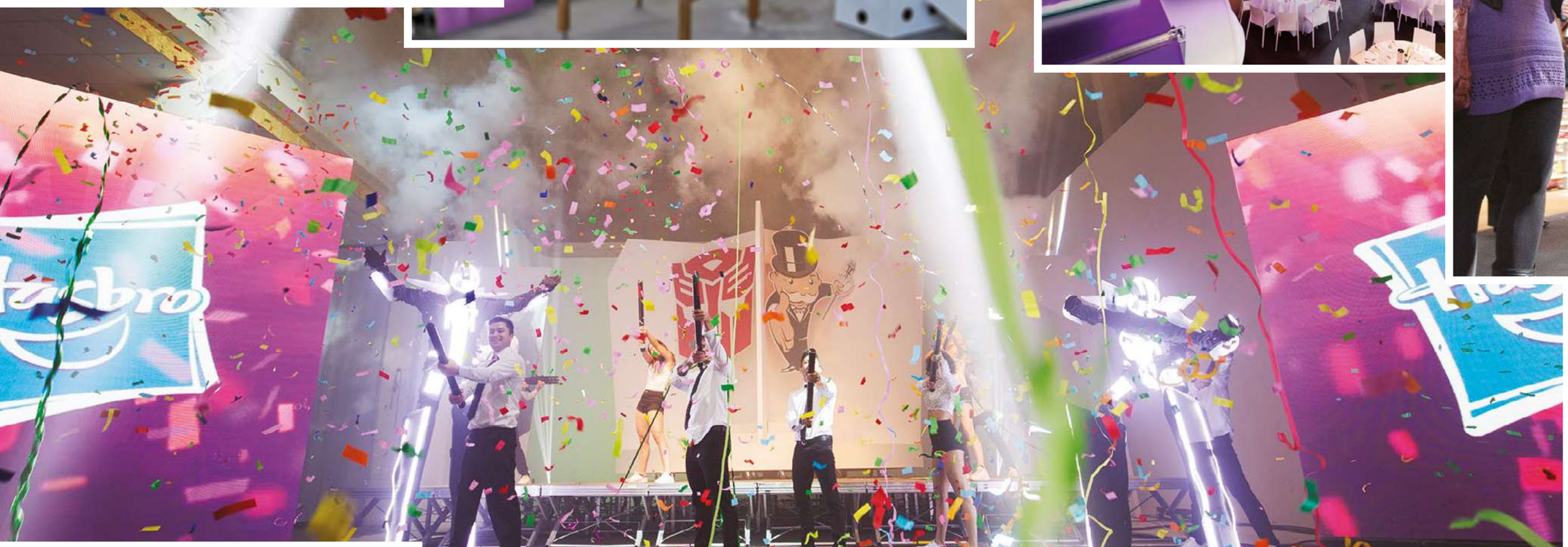
FACTORY

WORLD
MONOPOLY

DREAMS

TRANSFORMERS
OPTIMUS PRIME

MONOPOLY


Hasbro

PLAY-DOH
LAB
FACTORY

BRAND & LICENSING **SHOW**

> **Coloro che sognano di giorno** *sanno molte cose che sfuggono a chi sogna soltanto la notte.*

È questo il mood dell' Hasbro Brand & Licensing Show.

Un evento unico nel suo genere che per una serata ha fatto rivivere l'hangar ex Fabbrica Orobia nel cuore di Milano.

Immersi in un'atmosfera onirica, i brand Hasbro e le relative licenze sono stati protagonisti di un nuovo percorso esperienziale e non convenzionale che ha chiamato in campo show, food, music, fashion ed entertainment con una performance di athletic dance firmata dalla celebre **compagnia Kataklò**.

Per quanto siano irrealizzabili, nascosti nel cassetto più segreto, inseguiti senza sosta, tra le pieghe del cuscino e di giorno - a occhi aperti - **tutti noi amiamo i sogni...**

...e non ne possiamo fare a meno!

Sono i sogni a farci vivere. Inseguirli significa andare avanti verso un orizzonte che sembra ogni volta più vicino, ma in realtà è sempre più vasto.

Perché sognare apre la mente, e schiude possibilità infinite che solo fino a poco tempo fa sembravano irrealizzabili. Più si è capaci di sognare più la nostra capacità di immaginare si desta.

Niente è impossibile a chi sogna.
E allora cosa stai aspettando?

L'unico modo per realizzare un sogno... è svegliarsi!

AR+

SVEGLIATI SOGNA

HASBRO EVENT
MADRID

FaceD
DERMOCOSMETICS

QUALITÀ, ORA E PER SEMPRE

Raccontare una nuova idea di dermocosmesi nata per conciliare l'obbligo di scelta tra gli effetti immediati, ma spesso solo momentanei, e i risultati duraturi visibili solo con il tempo. Face D ha scelto Akuna Matata come partner strategico in una sfida di comunicazione online e offline, dalle linee guida per i profili social ai diversi supporti sui punti vendita. **L'obiettivo primario è spiegare i tratti distintivi di questo nuovo brand sul mercato dei prodotti dermocosmetici..**

ESSENZIALI E DRITTI AL PUNTO.

Ogni claim è stato studiato in accordo con questa logica rigorosa, scelta per tradurre l'approccio scientifico nella formulazione dei prodotti.

Niente messaggi fuorvianti o promesse vane: Face D nasce dai bisogni reali offrendo risposte concrete, quotidiane e facilmente accessibili.

L'OBIETTIVO PRIMARIO È SPIEGARE I TRATTI DISTINTIVI DI QUESTO NUOVO BRAND SUL MERCATO DEI PRODOTTI DERMOCOSMETICI.

Applicazioni mobile

LIMITLESS STORIES

Override the limits of your stories

becreatives

Direttamente dalla divisione R&D di Akuna Matata, specializzata nello sviluppo di innovative App e strategie digital a supporto dei progetti dell'agenzia, nasce **Limitless Stories: una nuovissima App che permette di abbattere i limiti di tempo e data nelle storie di Instagram, Snapchat, Facebook e WhatsApp.**

Attraverso Limitless Stories è possibile caricare un video (anche quelli più vecchi di 24 ore) e sezionarlo in sequenze multiple perfettamente ottimizzate per il social richiesto.

Subito disponibile su iOS App Store e Android Play Store, Limitless Stories ha confermato immediatamente la propria portata di innovazione e appeal registrando da subito numeri da record e un grande riscontro dal pubblico.

Nelle prime 24 ore dal lancio, la App ha scalato le classifiche fino al 42° posto impazzando sui social network delle Web Star italiane più popolari (tra cui Francesco Sole, Francesco e Wilma Facchinetti, Marica Pellegrinelli e molti altri) grazie all'efficiente lavoro di PR e Ufficio Stampa coordinato da Akuna Matata.

Limitless stories ha raggiunto una visibilità internazionale ed è utilizzata anche dai top influencer.

Bresciaoggi

Con l'app bresciana Limitless tutta un'altra storia per il web

GQ ITALIA

Limitless Stories, l'app per "storie" senza limiti

https://itunes.apple.com/it/app/limitless-stories/id1229756729?l=en&mt=8

RADIO DEE JAY

Speechless

Speechless trascrive i tuoi messaggi

Disponibile in App Store e Play Store, Speechless è l'App rivoluzionaria che consente di trascrivere i vocal in testi scritti.

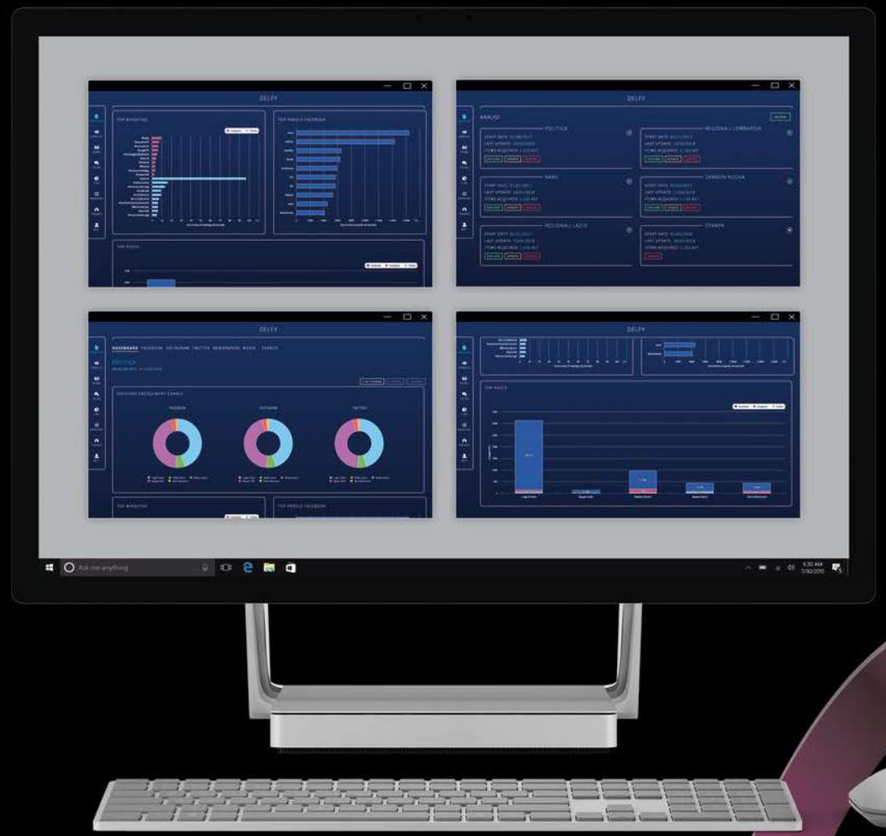
Grazie a Speechless è possibile ascoltare i messaggi vocali in ogni situazione, trascrivere registrazioni di meeting e lezioni universitarie, leggere e condividere i vocal arrivati durante una riunione, senza doverli ascoltare.

D&LFY®

THE DIGITAL ORACLE

Delfy è il più avanzato software in grado di acquisire ed elaborare, attraverso intelligenza artificiale, i big data provenienti da ogni media, tradizionale e social.

www.delfy.io



SAVE MY BAG | MILANO

GRAND OPENING **EVENT**

Il marchio Made In Italy Save My Bag ha scelto Akuna Matata per organizzare l'inaugurazione del proprio flagship store di Milano in via Manzoni 37, cuore del quadrilatero fashion della città.

Le borse di Save My Bag sono state le protagoniste di un vero e proprio happening che ha avuto luogo all'esterno del negozio e lungo la via, coinvolgendo invitati, residenti e passanti in un'atmosfera colorata, ironica e stilosa.

La vetrina della boutique è stata parzialmente occultata da una parete multicolor con l'installazione del prodotto all'interno di oblò contenenti acqua e sabbia, in omaggio alle caratteristiche tecniche della borsa Save My Bag, realizzata in Poly-fabric con Lycra®.

La parete è divenuta subito un irresistibile photobooth per tutti i presenti, mentre accanto sono state allestite le postazioni di accredito per gli ospiti, attraverso la consegna di un braccialetto realizzato nel tessuto delle borse.

Il catering a passaggio è stato gestito con originali lunch box creativi a forma di borsa.

Come cadeau sono stati distribuiti simpatici magneti e cupcake decorati con l'iconica borsa Miss, in diverse varianti cromatiche.

Ma il vero spettacolo, inaspettato e sorprendente, si è verificato attorno alle 19.30 quando, durante il dj-set musicale che accompagnava l'aperitivo, improvvisamente 5 grandi furgoni brandizzati Save My Bag si sono fermati lungo via Manzoni facendo scendere 30 modelle con dress in tema e borse sospese da enormi palloni aerostatici colorati.

Il défilé in mezzo alla via ha paralizzato il traffico catalizzando l'attenzione di tutti sulle modelle che a tempo di musica, sono andate a disporsi sui piedistalli argentati disposti lungo la strada.

Il risultato è stato un evento di street marketing innovativo, cool e ad altissimo tasso di coinvolgimento, che ha attirato l'attenzione di oltre 500 ospiti tra stampa, volti fashion, social influencer e VIP.

SAVE MY BAG
100% MADE IN ITALY

THIS IS WHAT WE CALL A COOL STREET MARKETING IDEA!

BAG
100% MADE IN ITALY

SAVE MY
BAG
100% MADE IN ITALY

SAVE MY
BAG
100% MADE IN ITALY
1785
NOW OPEN IN MILANO VIA MANZONI, 37

TWIN SET
TWINSET

EVENT

BAG
100% MADE IN ITALY

135

2017 JUNE 2

136

EVENTO LANCIO COLLEZIONE SAVE MY BAG PER HELLO KITTY

Organizzazione, gestione, allestimento e guerrilla marketing in occasione della Milano Fashion Week.

LA DIVISIONE VIDEO

UN AUTENTICO LABORATORIO AUDIO-VISIVO PER REALIZZARE INNOVATIVI PROGETTI DI COMUNICAZIONE SU SCHERMO. IL LUOGO DOVE LE NOSTRE IDEE SI ANIMANO.

La nostra divisione Video non è una novità ma nasce da anni di esperienza nei quali abbiamo messo a punto le tecniche, scoperto i segreti e sperimentato le migliori modalità realizzative, con l'obiettivo di poter offrire al Cliente un servizio di livello.

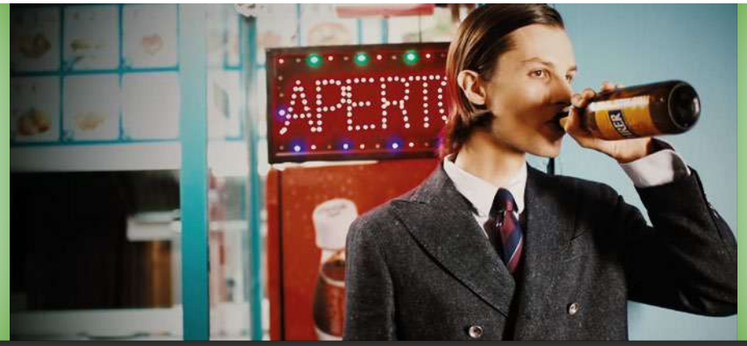
L'approccio portato avanti è in linea con il resto del nostro mood creativo, con uno stile del tutto personale, capace di farci distinguere anche nella comunicazione "su schermo".

Come già facciamo in ogni nostro processo produttivo, anche la Video House di Akuna Matata punta a seguire ogni passaggio e curare ogni aspetto del singolo progetto, dall'attenta stesura degli storyboard, in cui le diverse risorse creative-dell'agenzia sono coinvolte e chiamate a dire la propria, creando così un vero team multi-tasking, fino alle riprese vere e proprie.

Passiamo poi alla delicata fase di montaggio e post-produzione: un vero e proprio laboratorio dove tecnica e sperimentazione sono dosate e mixate per ottenere risultati unici…ed esplosivi.

Un video non è solo un semplice accostamento di frame che scorrono.

Lo stesso concetto "video" risulta spesso riduttivo per ciò che intendiamo proporre alla nostra Clientela: un prodotto audio-visivo completo e altamente personalizzato, dove l'immagine trova il suo perfetto completamento in un attento studio dell'audio, che comprende la realizzazione di basi create su misura, colonne sonore e musiche personalizzate, jingle o speakering ad hoc.



Spot, videoclip, interviste, cortometraggi, collage emozionali, mini produzioni dal taglio cinematografico.

Da una penna a un grattacielo in costruzione, da un supermercato in piena attività all'interno pulsante di un locale affollato dove prende vita una storia d'amore.
Il nostro occhio può essere infinitamente veloce (timelapse) o profondamente lento (slow motion 10x in HD), per cogliere sfumature e anticipazioni di ogni contesto, interpretandole e trasmettendole secondo una precisa chiave di lettura, scegliendo solo le migliori attrezzature e i supporti d'avanguardia, per raggiungere lo scopo prefissato dal committente in accordo con il budget prestabilito.

Typography

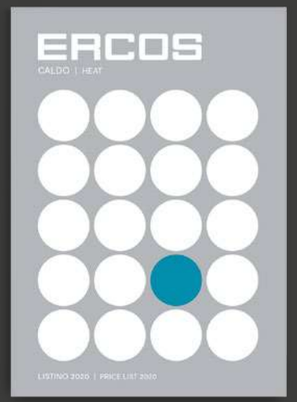
Dai cataloghi tecnici nei quali quel che conta è soprattutto precisione, chiarezza e funzionalità, alle brochure, i look book, i libri e i magazine dove può trovare spazio anche la nostra vena creativa, in accordo con le necessità del cliente, il target di riferimento e le specifiche esigenze di comunicazione. Perché in fondo impaginare è una forma d'espressione che prevede l'utilizzo di una tecnica e di un formato, la scelta di un'inquadratura, la disposizione degli spazi dove collocare gli elementi.

La creazione di una struttura in grado di far percepire rapporti, relazioni ed equilibri tra le varie informazioni, in modo unitario e coerente con il messaggio da trasmettere.

Pagina dopo pagina, **la griglia creativa per il vostro business**

Typography

La creazione di una struttura
in grado di far percepire rapporti,
relazioni ed equilibri tra le varie
informazioni, in modo unitario e coerente
con il messaggio da trasmettere.



Pineider

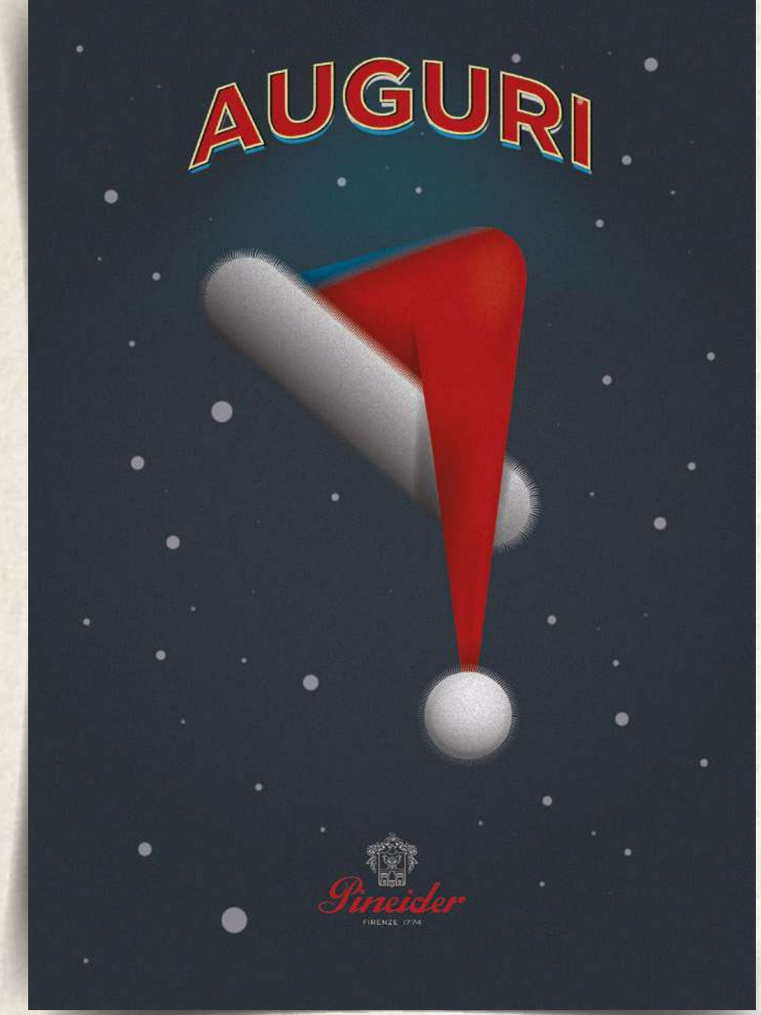
POSTA AEREA PAR AVION

Un attento progetto di restyling grafico della collezione Posta Aerea

Un attento progetto di restyling grafico della collezione Posta Aerea, prodotto storico del marchio Pineider, in produzione dal 1954.Oggi come allora “perfetta compagna di uno stile di vita jet set”, la collezione Posta Aerea si caratterizza per precisi dettagli materici e cromatici - copertina in morbido tessuto colorato e pagine in carta vergata e filigranata di colore light blue.

La storia della scrittura torna a volare

All’heritage del marchio, oggi si accompagna uno studio grafico realizzato dall’Art Director di Akuna Matata nel rispetto della storia che ha reso questo prodotto un vero classico.



Pineider Avanguardia

Una collezione di biglietti natalizi ispirata arti grafiche del ‘900 italiano, citando in particolare l’approccio visivo di Federico Seneca, per affiancare la tradizione di eccellenza di Pineider con il valore storico ed estetico dell’illustrazione nazionale.

Il mood, declinato in 4 diversi soggetti natalizi, guarda al passato ma con un chiaro approccio contemporaneo.

non chiamateci...

...Bottoni

Prendi un oggetto di uso quotidiano, qualcosa che siamo abituati ad avere sotto gli occhi tanto da non essere più capaci di notare

Un bottone è un dettaglio così piccolo che molte volte passa inosservato, nonostante sia proprio quel suo piccolo tocco prezioso il segreto che conferisce a un capo la sua unicità.

Da qui la sfida di un progetto di comunicazione in grado di portare in primo piano i bottoni, scorporandoli dal contesto dove sono solitamente collocati per esaltarne l'unicità e il carattere artigianale. Come quelle presenze non abituate a stare sul palco, al centro dell'attenzione, ecco l'esempio perfetto di come la vera arte possa essere cercata anche nei supporti più inaspettati, con risultati che stupiscono ed emozionano.

Un caso in cui il processo creativo diventa un organismo a sé, qualcosa che prende vita svelando nel processo risvolti nuovi e sorprese che superano le aspettative. Quelle del committente e di chi svolge il lavoro.

MTND
METALTREND

AKUNA MATATA ♥ MUSIC

Grazie alla collaborazione con le principali case discografiche del panorama italiano come Warner Music e Sony Music, Akuna Matata cura l'ideazione e realizzazione grafica delle copertine e dei booklet di album musicali come Perdo le parole di Riki, Frida di The Kolors, Come le onde di The Kolors feat J-Ax e il grandissimo successo Plume di Irama, vincitore della diciassettesima edizione del talent show Amici di Maria De Filippi.

Nell'ottica di un'immagine coordinata su tutti i canali, Akuna Matata si occupa anche della declinazione dei concept grafici per il mondo digital e social network.

durante
SMART BUSINESS TECHNOLOGY

TECHNOLOGIC BUSINESS

PARLARE DI TECNOLOGIA IN UN PRESENTE CHE È SPESSO E VOLENTIERI REGOLATO E INFLUENZATO DALLE STESSE EVOLUZIONI TECNOLOGICHE, È UNA SFIDA DIFFICILE.

Il progresso è un treno in corsa e appena ci si ferma a guardarlo è già andato oltre. Per questo motivo anche un progetto di comunicazione tecnologica richiede tempi e modalità studiati nel dettaglio e attenti a ogni aspetto: dal logo al naming, senza scordare l'imprescindibile mondo del web, dove sito e social network la fanno da padroni.

durante
SMART BUSINESS TECHNOLOGY

TECHNOLOGIC BUSINESS

Nel progetto Durante la nostra “task force” ha realizzato un completo restyling dell’immagine coordinata (logo, brochure e cataloghi), con particolare attenzione al sito web e alle pagine sui social network (Facebook e Twitter).

A ciò si accompagna un capillare studio iconografico finalizzato a rappresentare i numerosi servizi dell’azienda attraverso singoli segni grafici realizzati appositamente dai nostri creativi.

Il progetto è stato coordinato da immagini vere e proprie, finalizzate a rappresentare il lato umano della tecnologia e la presenza di una forte componente personale.

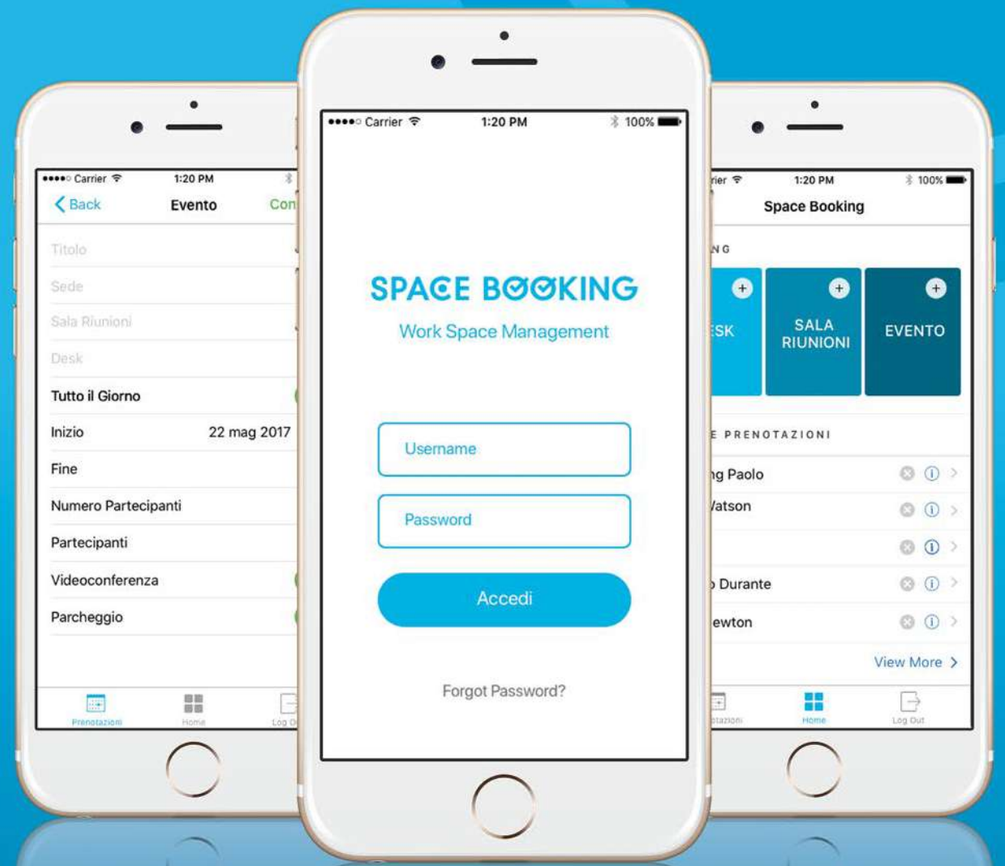
Applicazioni mobile

AR

SPACE BOOKING

Space Booking è una soluzione integrata di work space management che assolve alle esigenze di prenotazione, controllo e gestione degli spazi collaborativi.

L’agenzia ha eseguito per il cliente Durante SPA, l’interfaccia grafica della App e tutti i materiali di comunicazione correlati al progetto.



GDO

Tutto il vasto e poliedrico mondo della Grande Distribuzione, per il quale abbiamo accumulato nel tempo una comprovata esperienza e una conoscenza approfondita.

Anni di cataloghi, cover e collection interpretati creativamente per le più grandi insegne, ci hanno reso capaci di offrire un servizio altamente qualificato, ma soprattutto completo in ogni aspetto.

Dalla progettazione e realizzazione di tutti i materiali di comunicazione sul punto vendit,a fino allo studio di spot radio e video con finalità informative in store oppure esterne.

Senza dimenticare la variopinta parentesi del guerrilla marketing, dove trovano spazio supporti e mezzi di comunicazione innovativi, finalizzati a stupire un consumatore che spesso “ha già visto tutto”…

Il servizio che siamo in grado di fornire non tralascia l’importante aspetto del Loyalty Program, oggi sempre più connesso alla dimensione della GDO, in ottica di fidelizzazione della clientela: ideazione degli input, studio delle meccaniche, personalizzazione creativa e piena gestione del progetto.

Cataloghi GS e diperdi

Interpretiamo creativamente ogni catalogo, in accordo con le indicazioni che ci vengono fornite, con lo scopo di trovare e concretizzare un mood capace di andare oltre alla semplice rappresentazione dei premi divisi in categorie.
Ogni volta ci inventiamo un'atmosfera e raccontiamo una storia in cui i veri protagonisti sono gli oggetti e il consumatore si ritrova lettore appassionato e curioso…

2006

2007

2008

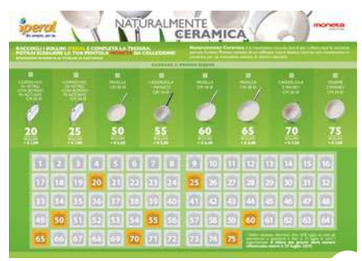
Cataloghi Agorà

L'evoluzione di un catalogo è anche la storia di un approccio creativo. Ogni anno ci vengono richiesti nuovi spunti e nuove sfide, con l'obiettivo di ottenere interpretazioni capaci di continuare a stupire una clientela sempre più esigente. I mezzi sono molteplici, in costante aggiornamento e contaminazione, e le stesse sperimentazioni interne tra grafica-fotografia-illustrazione sono il risultato dell'incessante ricerca che caratterizza il nostro operato interno e il modo con cui intendiamo il lavoro.

2009

Collection

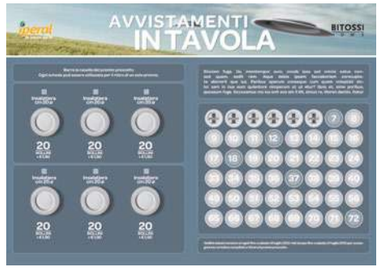
Un settore nuovo, un format sempre più diffuso all'interno di un mercato che vede nella fidelizzazione della clientela l'obiettivo primario. La comunicazione delle mini-collection periodiche è un autentico concentrato denso di contenuto e messaggio. Il diktat è quello di creare interesse, stupore, curiosità. In un presente dove tutti abbiamo tutto, indurre il bisogno di qualcosa è una sfida alta, a cui vanno dedicate le risorse migliori.



2010

2011

2012



2013

2014

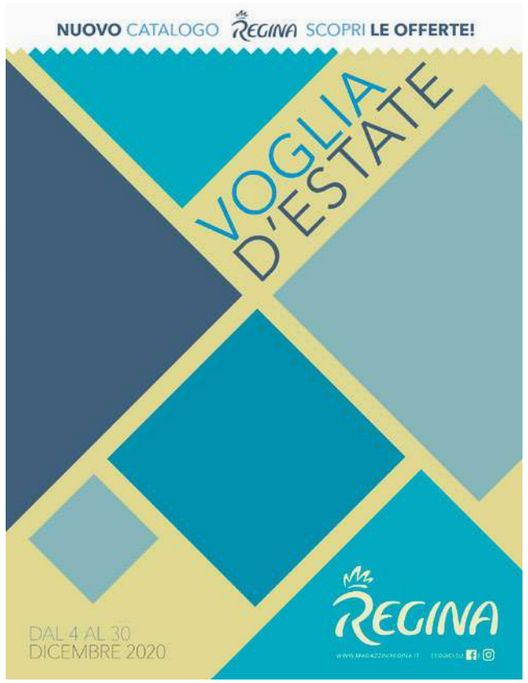
2015

2015

2016

2017

2018 **2019** **2020**



2021

2022

2023

Poli Orvea REGINA SUPERMARKETS AMORT

www.gruppopoli.it * Numero verde 800 085 105 * Seguici su Poli, Regina e Orvea

LA SPESA DIVENTA **LEGGERA**
ANCHE A TRENTO

IPER Poli
IPERCONVENIENZA TUTTI I GIORNI

LA FESTA TRA LE **NUVOLE**

SPESA LEGGERA COME UNA NUVOLA

Convenienza che fa prendere il volo al carrello, risparmio giornaliero che fa sentire finalmente sollevati.
E' stato questo il concept che ha guidato l'organizzazione dell' evento di opening per il primo IperPoli di Trentoa.
Un Ipermercato davvero speciale per i prezzi (definiti i più bassi della Regione secondo le indagini di Altroconsumo) e per la straordinaria offerta di prodotti.

Non solo! IperPoli di Trento sorride all'ambiente grazie all'impronta ecosostenibile data alla struttura, i metodi e materiali di costruzione scelti, il risparmio energetico.
Decine di nuvole sorridenti hanno riempito l'aria di attesa e curiosità, in una grande operazione di guerrilla marketing sul territorio.
Tanto che il giorno dell'inaugurazione ufficiale nessuno si è fatto sfuggire l'opportunità di esserci…

VIDEO UFFICIALE DI APERTURA che ha ripercorso il viaggio di realizzazione dell'IperPoli, autorità presenti per il taglio ufficiale del nastro e un ricco buffet con prodotti locali e specialità, hanno reso questo appuntamento una giornata indimenticabile.
Akuna Matata ne ha seguito ogni dettaglio, dall'ideazione della campagna alla declinazione nei diversi supporti e completa regia dell'evento.

UNA VERA E PROPRIA INVASIONE DI NUVOLE

ha coinvolto la città portando ovunque la novità della SPESA LEGGERA. Palloncini, calamite, squisiti lecca lecca, magliette, shopper, bloc notes per la spesa e molto altro hanno incuriosito grandi e piccini per le vie di Trento.

IPER Poli
IPERCONVENIENZA TUTTI I GIORNI

LA FESTA TRA LE **NUVOLE**

Scatti “rubati” da parte di tanti smartphone curiosi,

simpatici photo booth in tema nuvola dove ognuno ha potuto creare la propria immagine e ancora reportage fotografici che hanno saputo cogliere i momenti di maggiore coinvolgimento e affluenza.
Dai canali più ufficiali alla community dei Social Network, LA SPESA LEGGERA è stato un trend a cui nessuno ha saputo resistere.

CAMPAGNA MULTISOGGETTO

Dopo il successo del concept SPESA LEGGERA, il sacchetto protagonista torna per una comunicazione spin-off dedicata alla convenienza per sempre nei punti vendita Poli e Orvea.
La campagna fa leva sull'empatia della promessa fatta ai clienti.
Il celebre sacchetto sorridente, già icona della comunicazione, è declinato in nuove versioni rivolte a tutte le tipologie di clientela, creando così una famiglia allargata che sottolinea i temi di appartenenza e vicinanza. La campagna multisoggetto è stata declinata in affissioni e materiali coordinati sul punto vendita e sul territorio.

“La spesa si fa…”

È LA NUOVA CAMPAGNA VALORI IDEATA PER IL GRUPPO POLI

Una multi soggetto declinata su stampa nazionale, mezzi urbani, radio e digital che, per i prossimi tre anni, approfondirà in modo creativo e simpatico i temi di responsabilità sociale del Gruppo. La sfida è stata quella di rendere fruibili e interessanti per il grande pubblico contenuti di solito trattati in modo istituzionale.

IL CALORE DA SPETTACOLO

Ravelli®
il fuoco intelligente

C'è tutta l'atmosfera della vecchia Hollywood nella campagna istituzionale di Ravelli dedicata allo spettacolo del calore.

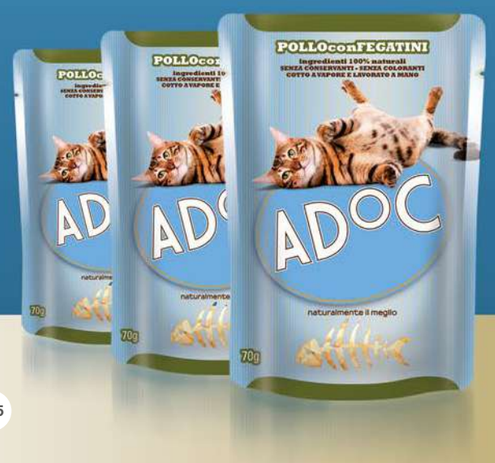
La multisoggetto ha come protagonisti i volti più noti del cinema e della musica, illustrati a mano da Akuna Matata.

Il concept è stato tradotto nel progetto dello stand di Ravelli presso la Fiera Progetto Fuoco di Verona, dove l'allestimento delle stufe è stato interpretato come l'interno di un cinema vintage, con tanto di food truck per gli hot dog e hostess che distribuivano pop corn.

Il cuore dello stand era la Sala Cinema, dove i visitatori potevano vivere un'esclusiva video experience 360 nel mondo delle stufe di Ravelli grazie alla tecnologie Augmented Reality e VR messe a punto dai nostri partner digitali Becreatives.

SOTTO IL SEGNO DELLA NATURA

Un ambizioso progetto di riposizionamento del brand che non tralascia nessun aspetto, a partire da una scelta cromatica fortemente semantica



Lo stile è quello vintage, l'aspetto del cibo buono fatto in casa con ingredienti genuini e cura di ogni passaggio.

E' questa la reason why comunicata dal cliente, la volontà di concretizzare a livello visivo un vero e proprio approccio affettivo nella produzione di alimenti per animali, che si contraddistinguono per qualità "sana e naturale" e forte spinta etica. Per questo abbiamo scelto un layout semplice ma curato, capace di trasmettere un sapore antico e rassicurante.

I colori sono pastello, mai troppo intensi: azzurro e marrone che interpretano gli elementi primari di terra e acqua - o meglio mare - dove vengono ricercate solo le migliori materie prime per la produzione.

Gli scatti scelti a corredo dell'immagine rappresentano volutamente alcuni animali in pose immediate, reali e mai artefatte, con l'intento di sottolineare ulteriormente la completa naturalità del prodotto.

Lo stile è quello vintage, l'aspetto del cibo buono fatto in casa con ingredienti genuini e cura di ogni passaggio.

Buon viaggio tesoro

www.gruppopoli.it

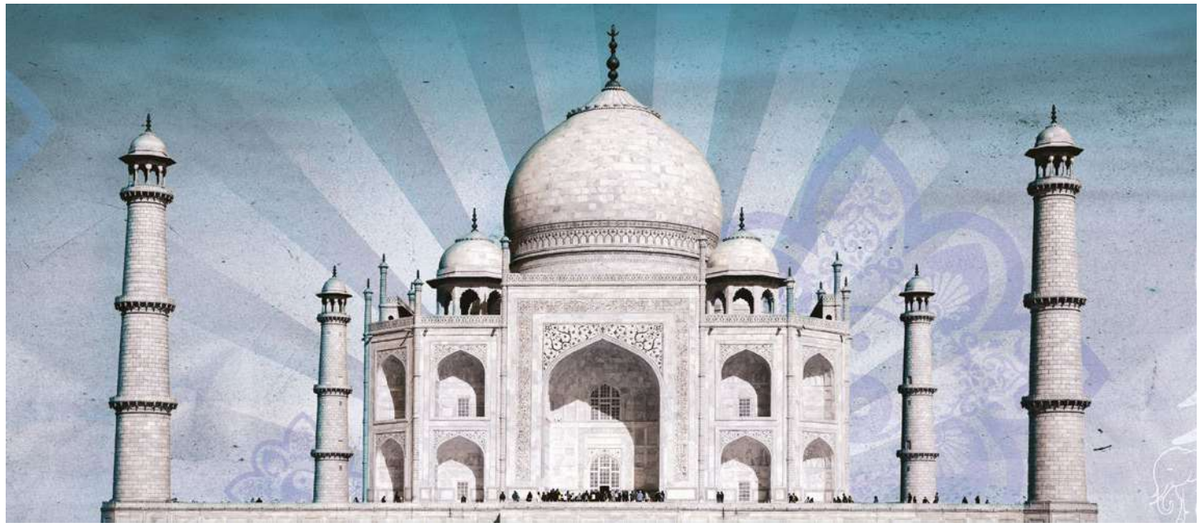
PRIMIA

Scelti per bene. Buoni per scelta.

FOOD style BY FERRERO®

L’organizzazione di un evento richiede alta professionalità e dedizione su molteplici fronti, soprattutto quando il committente è un nome così famoso.

Un viaggio simbolico nel cuore dell’oriente, aldilà di quei luoghi comuni e convenzioni che spesso ci illudono di tenerne l’anima già in pugno. Ecco una nuova sfida per la squadra creativa di Akuna Matata, chiamata a raccontare l’identità dell’impero Cindia attraverso un viaggio sensoriale i cui partecipanti non erano certo degli sprovveduti (stiamo parlando niente di meno che dei dirigenti e della divisione marketing Ricerca e Sviluppo Ferrero!). Il progetto ha richiesto una lunga fase di preparazione e documentazione su ciò che poteva rappresentare l’universo di riferimento nel modo più autentico: profumi, gusti, consistenze e atmosfere. Tutto sapientemente miscelato in un format capace di affiancare i momenti più didattici agli aspetti ludici, caratterizzati da animazione e spettacolo. Il concept creativo ideato è stato declinato in tutti i materiali di comunicazione e allestimenti degli spazi. A ciò si è aggiunto il servizio gestionale della convention, la completa regia, le attivazioni creative affiancate dal pieno supporto nella realizzazione delle presentazioni dei relatori. Infine l’organizzazione di un vero e proprio banqueting in tema, allestito in accordo con il committente e i fornitori dopo una attenta ricerca dei prodotti meglio rappresentativi, per permettere ai presenti un concreto percorso dei sensi.



FERRERO

L'evento è curato nei minimi dettagli, con grande attenzione ai materiali e gadget realizzati in tema.
Gli stessi allestimenti (fondali e quinte, angolo break) sono stati personalizzati scegliendo grafiche in linea con concept creativo.

Twist and taste

TRA CREATIVITÀ E PIACERE

Prendi un concept di snack da passeggio che unisce creatività, ispirazioni partenopee e una nuova idea di street food di alta qualità.

Così nasce 'O, concentrato di gusto a tutto tondo per il quale la creatività gira, gira, gira...

Facile esprimersi al meglio quando un prodotto è così buono che basta un assaggio per farlo capire!

E allora cosa c'è di meglio che un supporto di comunicazione capace di riprodurre questo snack a dimensioni naturali e contenerne tutti i segreti.

La scelta accurata di materie prime, la passione di una ricetta preparata ogni giorno con il massimo rispetto per la materia prima e ancora le infinite declinazioni delle ricette personalizzabili.

L'opening ufficiale

del primo punto vendita di Via Tortona - del quale abbiamo curato ogni dettaglio di design e ogni particolare dell'immagine - è stato in occasione del 53° Salone del Mobile.

Un modo per dire che esiste una certa arte del gustare, un design dello spuntino da strada... E non a caso anche il mezzo di trasporto per questa comunicazione innovativa è stato un veicolo altrettanto curioso: Wiloo. Quattro ruote, pedali e una linea essenziale, leggera, veloce e divertente.

Totalmente personalizzata in tema 'O e in anteprima assoluta, Wiloo è stato il mezzo perfetto per portare in giro un mix di creatività e piacere del palato a cui pochi hanno saputo resistere.

Ti prendo per la gola!

www.gruppopoli.it

PRIMIA

Scelti per bene. Buoni per scelta.

PEDRALI®
THE ITALIAN ESSENCE

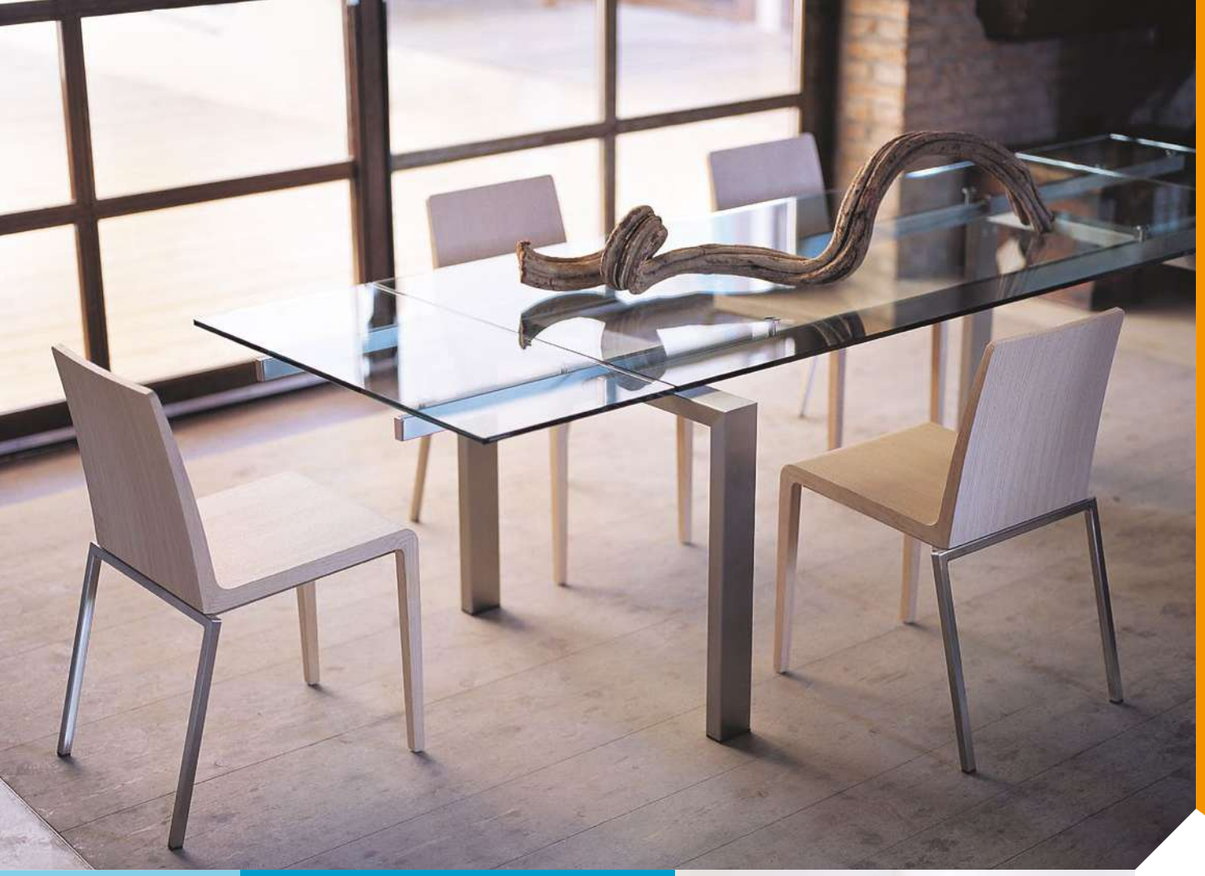
IT'S TIME TO DESIGN

Un prodotto di design, caratterizzato da forte e ricercata personalità estetica rischia di vedere limitato il proprio potenziale espressivo, se non viene comunicato in modo opportuno.

Più volte ci siamo trovati davanti a prodotti caratterizzati da forte carica e da una personalità che manifestava come una certa "urgenza di espressione".

Ogni volta ne è uscito un sofisticato progetto di comunicazione nel quale il format creativo da noi messo a punto risultasse uno sfondo ideale e mai invadente rispetto alla portata del prodotto, vero protagonista di campagne e supporti vari (cataloghi, schede prodotto e brochure).

Per questa ragione viene data importanza primaria al service fotografico, inteso non come semplice scatto ma reale lavoro di team tra figure professionali differenti, tutte altamente qualificate nei singoli incarichi: ricerca location e opportune personalizzazioni, allestimento del set e styling dei prodotti.



trattato in isolamento dal contesto di appartenenza, per metterne a maggior risalto le caratteristiche, oppure in opportuna ambientazione, con lo scopo di mostrarne le capacità di appartenenza e interazione con un determinato spazio.

Akuna Matata possiede uno studio interno con fotografo e attrezzatura dedicata per la realizzazione dei lavori fotografici Still Life.In questo modo siamo in grado di ottimizzare le tempistiche di un eventuale set e disporre immediatamente di materiale fotografico per eventuali fotoritocchi, rispondendo in modo ancor più veloce alle richieste del cliente.

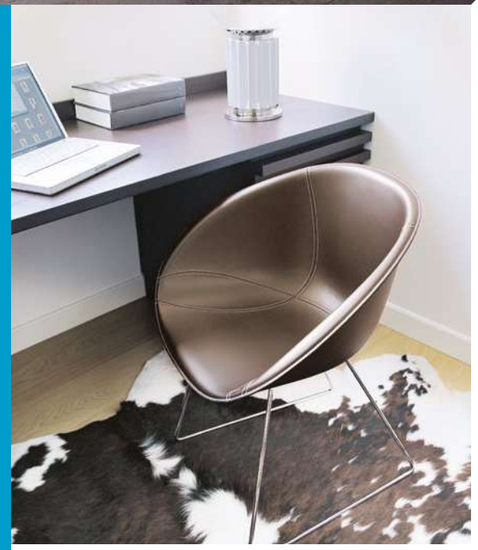
La formula di grande cura e professionalità viene applicata anche nei confronti di prodotti più industriali oppure clienti istituzionali, là dove il prodotto richiede un doppio trattamento: da un lato la spiegazione precisa e dettagliata, anche dal punto di vista tecnico; dall'altra una vera e propria interpretazione creativa che consenta di aumentarne l'appeal stimolando l'interesse verso un preciso target di consumatori.

Più volte ci siamo trovati davanti a prodotti caratterizzati da forte carica e da una personalità che manifestava come una certa "urgenza di espressione".

Ogni volta ne è uscito un sofisticato progetto di comunicazione nel quale il format creativo da noi messo a punto risultasse uno sfondo ideale e mai invadente rispetto alla portata del prodotto, vero protagonista di campagne e supporti vari (cataloghi, schede prodotto e brochure).

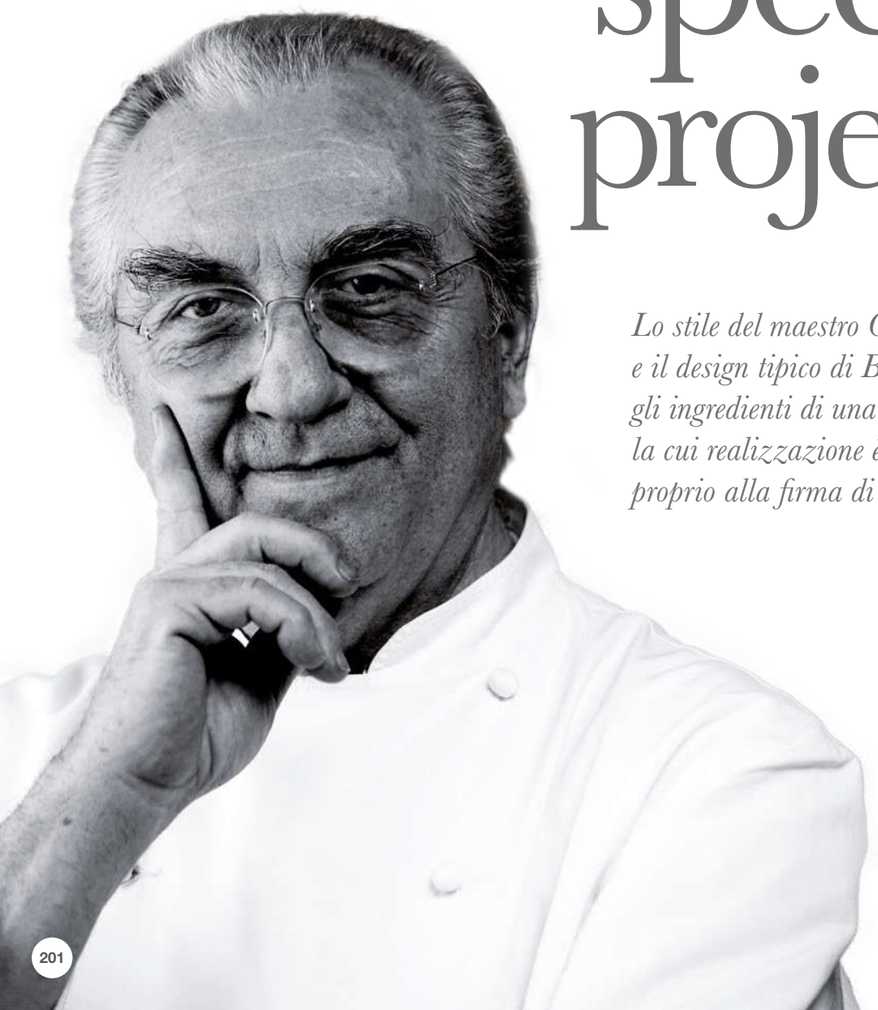
Per questa ragione viene data importanza primaria al service fotografico, inteso non come semplice scatto ma reale lavoro di team tra figure professionali differenti, tutte altamente qualificate nei singoli incarichi: ricerca location e opportune personalizzazioni, allestimento del set e styling dei prodotti.

Lo stesso prodotto di design, come nel caso del cliente Pedrali, può essere



PEDRALI®
THE ITALIAN ESSENCE

Special guest special project



Lo stile del maestro Gualtiero Marchesi e il design tipico di Broggi 1818: questi gli ingredienti di una ricetta unica la cui realizzazione è stata affidata proprio alla firma di Akuna Matata.

Gualtiero Marchesi

Lo stile del maestro Gualtiero Marchesi e il design tipico di Broggi 1818: questi gli ingredienti di una ricetta unica la cui realizzazione è stata affidata proprio alla firma di Akuna Matata.
Lo stile del maestro Gualtiero Marchesi e il design tipico di Broggi 1818: questi gli ingredienti di una ricetta unica la cui realizzazione è stata affidata proprio alla firma di Akuna Matata. La capsule collection Broggi-Marchesi, caratterizzata da estetica minimal abbinata a grande funzionalità, hanno richiesto un progetto di comunicazione finemente organizzato e gestito nel dettaglio, in accordo con la presenza di un testimonial di grande spessore. La sottile ricerca del visual creativo risponde all'esigenza di comunicare le particolarità degli articoli proposti. Le posate Broggi-Marchesi nascono infatti per favorire un assaggio guidato, finalizzato a riconoscere i singoli sapori attraverso caratteristiche tecniche del tutto innovative.
La stessa attenzione ai particolari nel photoshooting vuole sottolineare la raffinatezza del contesto di provenienza e il fascino irresistibile nei confronti di chi vuole solo il meglio per il proprio servizio in tavola.

Un altro nome di design come Broggi 1818 ha scelto di affidarsi ad Akuna Matata per la realizzazione dei propri supporti di comunicazione creativa.

Quando si parla di Still Life ogni oggetto diventa protagonista e domina la scena, indipendentemente dalla propria provenienza. Capita così che posate e complementi da tavola e buffet vengano rappresentati come i più preziosi gioielli, sottolineandone così il valore intrinseco e mostrandoli sotto una luce nuova. In accordo con la nuova immagine proposta, l'agenzia si occupa di declinare il concept creativo anche nei contesti fieristici e di esposizione del prodotto.

Stile italiano
dalla B alla ZETA

LA LINEA ESCLUSIVA
A MARCHIO 1000MIGLIA

Anteprima mondiale

Errecom porta per la prima volta ad Automechanika il brand 1000Miglia, la corsa automobilistica più bella e riconosciuta al mondo, simbolo dell'eccellenza italiana.

errecom.it

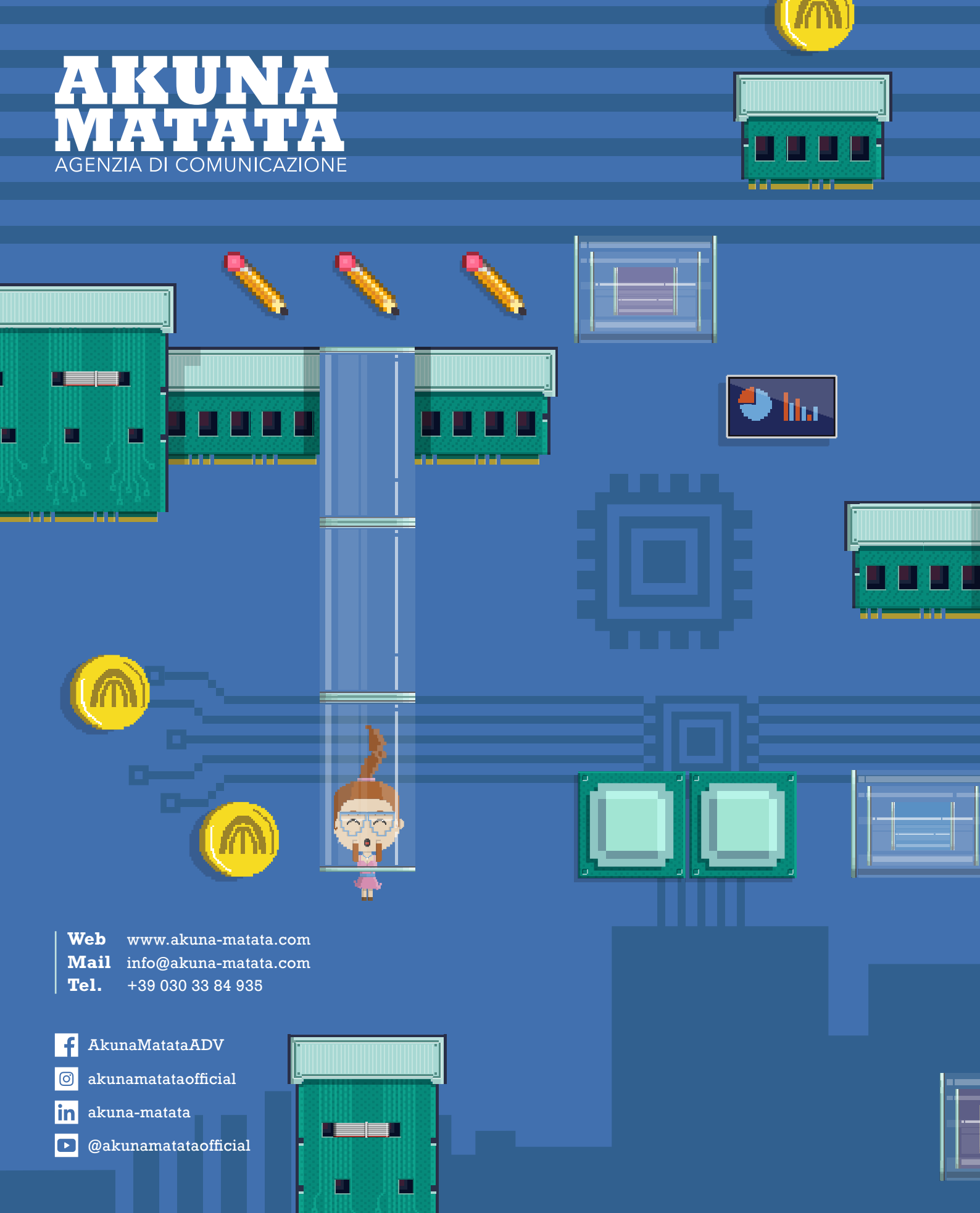
errecom®

SENSUAL ENERGY DRINK

se.xó

AKUNA MATATA

AGENZIA DI COMUNICAZIONE



Web www.akuna-matata.com
Mail info@akuna-matata.com
Tel. +39 030 33 84 935

AkunaMatataADV
akunamatataofficial
akuna-matata
@akunamatataofficial