

TESTATA

DATA USCITA

SOGGETTO

www.mediakey.tv

25 set 2023

Eolo



Parte la campagna sul consumo moderato di alcool "Te la bevi? Non bertela..."

25/09/2023

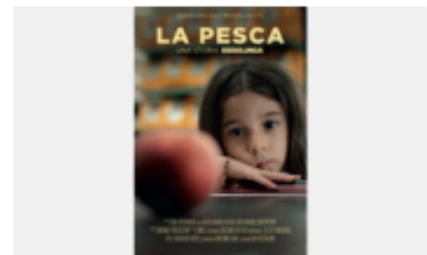
■ COMUNICAZIONE



L'innovazione nel mondo degli eventi: come l'intelligenza artificiale, la...

25/09/2023

■ TECNOLOGIE, APP



"Non c'è una spesa che non sia importante": un nuovo racconto di Esselunga

25/09/2023

■ PRODUZIONI



BEING HUMAN: nasce il manifesto per una comunicazione responsabile di IAA...

25/09/2023

■ COMUNICAZIONE



EOLO sceglie IAKI e la Romagna per la convention annuale in cui annuncia il...

25/09/2023

■ EVENTI, SPONSORSHIP



Italtel con Enel per l'evoluzione della rete globale

25/09/2023

■ AZIENDE, CARRIERE

TESTATA

www.mediakey.tv

DATA USCITA

25 set 2023

SOGGETTO

Eolo

<https://www.mediakey.tv/leggi-news/eolo-sceglie-iaki-e-la-romagna-per-la-convention-annuale-in-cui-annuncia-il-potenziamento->

1/2

EOLO sceglie IAKI e la Romagna per la convention annuale in cui annuncia il potenziamento della rete e l'offerta Eolo Fibra



Diffondere nei territori rurali e nei piccoli comuni la connettività con banda ultra larga per combattere le disparità tra città e provincia, preservandone il patrimonio di umanità e cultura; questa la mission di EOLO, Società Benefit leader nel campo della banda ultra-larga wireless (FWA) e prima B Corp del settore Telco. IAKI è partita da qui per l'ideazione della convention, facendo della vicinanza e dell'empatia il fil rouge dell'intero evento. "Il fattore umano, volendo citare Greene, è stato l'aspetto guida di tutto il progetto – afferma Nicoletta Caluzzi,

Presidente di IAKI – Il progetto ha valorizzato gli aspetti umani che per EOLO sono importanti almeno quanto quelli tecnologici e l'abbiamo voluto comunicare a partire dal naming dell'evento: «Conessioni umane».

La scelta di EOLO di supportare la popolazione romagnola recentemente colpita dall'alluvione facendo la propria convention annuale a Lugo è stata messa in opera con IAKI coinvolgendo le strutture e gli operatori locali: dagli alberghi e ristoranti, alla fornitura delle tendostrutture, al catering, agli allestitori del palco, alle hostess, al personale di sicurezza e ai facchini fino agli omaggi di prodotti locali riservati ai partecipanti.

“Questa scelta ha creato qualche complicazione nell'organizzazione e nella gestione dell'evento dovendo appoggiarci a fornitori per noi nuovi, ma è stata una sfida che abbiamo condiviso fin dal primo momento e che abbiamo vinto anche grazie alla tenacia e alle capacità che abbiamo trovato sul territorio. – prosegue Nicoletta Caluzzi – Abbiamo coinvolto il comune di Lugo, che ha concesso il patrocinio all'evento permettendoci così di allestire le due tendostrutture nella cornice della splendida piazza del Pavaglione, organizzare le riunioni pomeridiane – cui hanno preso parte gli ospiti suddivisi in 4 gruppi a seconda del canale commerciale di appartenenza – distribuite nelle sale della Rocca Estense e nelle due tendostrutture, la prima di 1.000 mq posizionata all'interno del Pavaglione e la seconda di 375 mq eretta nello spazio esterno adiacente al Pavaglione. Un'operazione che nel suo complesso ha portato un giro d'affari di quasi mezzo milione al territorio che l'ha ospitata”.

Il sindaco di Lugo, Davide Ranalli, ha dato il via all'evento raccontando – non senza nascondere una certa emozione – cosa significhi per i romagnoli ripartire e continuare a lavorare, rialzandosi ancora più forti. “Per ripartire, dopo un evento drammatico come l'alluvione di maggio, l'elemento delle relazioni umane e dell'essere comunità è fondamentale. Nei giorni dell'emergenza la dimensione della comunità e dell'umanità è stata importante. Dobbiamo proseguire non sacrificando mai questo approccio per fare in modo che le persone non si sentano sole e sentano l'Istituzione vicina”.

A presentare la giornata l'attrice, presentatrice, ex Miss Italia nativa di Riccione Martina Colombari, che durante l'emergenza si è offerta di coordinare i volontari di Fondazione Francesca Rava per aiutare le popolazioni colpite dall'alluvione.

Ospite d'eccezione, Paolo Simoncelli, originario di Coriano, distante pochi chilometri da Lugo, fondatore del team Sic58 e della Fondazione Marco Simoncelli, che ha raccontato la sua esperienza. Persona dotata di una straordinaria umanità, è stato esempio di motivazione per tutti i presenti alla convention.

A introdurre il clima di valorizzazione degli aspetti umani, che ha permeato la convention, un video realizzato da IAKI nel quale, dopo alcune sequenze di telegiornali risalenti al periodo dell'alluvione, un voice over spiega perché EOLO, da sempre vicino ai piccoli comuni, abbia scelto Lugo come sede della convention. Proprio per sottolineare questo concetto, al di fuori dell'ambito meramente commerciale. Il video, con un crescendo emozionante, racconta come EOLO sia una realtà in costante sviluppo, con obiettivi ben precisi e in grado di superare ogni sfida grazie alla più solida delle basi: le persone, le "Connessioni umane" appunto.

"IAKI ha saputo interpretare al meglio la filosofia con cui operiamo e conduciamo il business. – dichiara Giulio Ravizza, Chief Marketing&Communication Officer di EOLO – Svolgere questa convention a Lugo ha avuto per noi un valore simbolico di primaria importanza. Come prima B Corp del nostro settore crediamo infatti che l'unico modello di business vincente sia quello che permette anche una restituzione verso i territori in cui operiamo e, per questo, abbiamo voluto dimostrare il legame che abbiamo con una terra che ha saputo ripartire dopo le alluvioni di maggio".

EOLO ha richiesto a IAKI di selezionare solo fornitori presenti sul territorio romagnolo per dare un sostegno concreto alla regione. "Un evento complesso che ha visto la partecipazione di più di 500 persone, in una location che non ha mai ospitato una convention così strutturata: tutto da costruire da zero, dalle strutture per accogliere i partecipanti alla logistica, alla gestione degli accrediti fino all'hospitality. – aggiunge Nicoletta Caluzzi – Abbiamo realizzato un pranzo placé con un unico tavolo imperiale di quasi 180 metri, che ha occupato ben due lati del Pavaglione mettendo in connessione tutti i commensali, e una cucina posizionata per l'occasione con 10 cuochi e 40 camerieri che hanno servito un pranzo di alto livello. Gli inviti e l'accredito degli ospiti in location sono stati gestiti attraverso una piattaforma digital, che ha semplificato e velocizzato l'iter di registrazione, permettendo di verificare in tempo reale l'affluenza dei partner commerciali. Tutti i partecipanti hanno inoltre ricevuto come cadeau piadine artigianali e bottiglie di Sangiovese, acquistate sul territorio emiliano al fine di sostenere i produttori locali. Un evento che ha visto lavorare all'unisono uno staff composto da oltre 160 persone, per una giornata indimenticabile, all'insegna di nobili valori condivisi e, soprattutto, delle «Connessioni umane»".

Credits

Coordinamento strategico: Nicoletta Caluzzi

Client Director: Benedetta Arlati

Executive Creative Director: Filippo Focchi

Creative Director: Valerio Lualdi

Art Director: Andrea Gaggianesi

Head of Events & Communication: Daniela Caluzzi

Project Manager: Ginevra Compiano, Sara Marinaro