

Questo sito utilizza i cookie per migliorare servizi ed esperienza dei clienti. Se decidi di continuare la navigazione consideriamo che accetti il loro uso. [Maggiori](#)

[info](#) [OK](#)

NELLANOTIZIA

[Home](#) [Chi sono](#) [Sosteneteci](#) [Condizioni](#) [Login](#) [Registrati](#) [Cerca](#)

[Home](#) > [Eventi e Fiere](#) > [Take ha realizzato la creatività di 33.BI-MU e XYLEXPO 2022](#)

Take ha realizzato la creatività di 33.BI-MU e XYLEXPO 2022

scritto da: [Take](#) | [segnala un abuso](#)



Valorizzata la sinergia tra due fiere d'eccellenza, per la prima volta insieme

Take, agenzia di comunicazione integrata di Next Group, ha realizzato la creatività per **33.BI-MU**, biennale internazionale delle macchine utensili, dei robot e dell'automazione, e **XYLEXPO**, biennale mondiale delle

tecnologie per la lavorazione del legno e dei componenti per l'industria del mobile, che si svolgeranno insieme dal 12 al 15 ottobre 2022.

Le due manifestazioni, con una forte identità e ciascuna leader nel proprio settore di riferimento, hanno deciso per la prima volta di far coincidere il periodo di svolgimento trasformando così il quartiere fieristico di Fieramilano Rho in grande hub per gli operatori dell'industria della meccanica strumentale, che si daranno appuntamento in ottobre 2022 a Milano per la "Industry 4.0 Week".

Questo nuovo progetto - che prevede due eventi espositivi distinti per un unico grande appuntamento dedicato al mondo dell'industria manifatturiera - è frutto della visione comune delle associazioni di settore promotrici delle due manifestazioni: **UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE** (l'associazione dei costruttori italiani di macchine utensili, robot e automazione) e **ACIMALL** (l'associazione dei costruttori di macchine per la lavorazione del legno), orientata a incrementare il valore dell'esperienza derivante dalla partecipazione agli eventi.

Sulla base di queste considerazioni Take ha sviluppato il key visual delle due manifestazioni espositive e la sua versione ibrida in grado di rappresentare la sinergia, un'idea univoca che mette al centro la collaborazione fra di essi.

"Il risultato finale è stata l'unione dei due diamanti in uno, che rappresenta il consolidamento della forza di settori sinonimo di eccellenza - ha spiegato **Marco Stoppato**, Responsabile Strategia di Take - Sono poi stati realizzati un diamante completamente in metallo per BI-MU e uno in legno per XYLEXPO, principali materiali di lavorazione nei due comparti, per la comunicazione verticale. Dal visual emerge anche la componente digitale che caratterizza le due fiere".

"Siamo molto soddisfatti di come la nuova impostazione strategica della nostra manifestazione sia stata rappresentata e valorizzata dalla creatività proposta da Take" ha dichiarato **Claudia**

Se ritieni meritevole il nostro lavoro fai una donazione



Sezioni

- [Altro](#)
- [Ambiente e salute](#)
- [Arte e restauro](#)
- [Auto e Moto](#)
- [Cibo e Alimentazione](#)
- [Cultura](#)
- [Economia e Finanza](#)
- [Esteri](#)
- [Eventi e Fiere](#)
- [Festival](#)
- [Informatica](#)
- [Internet](#)
- [Lavoro e Formazione](#)
- [Libri](#)
- [Moda e fashion](#)
- [Musica](#)
- [News](#)
- [Primo Piano](#)
- [Prodotti per la casa](#)
- [Pubblica amministrazione](#)
- [Scuola e Università](#)
- [Siti web e pubblicità](#)
- [Spettacoli e TV](#)
- [Sport](#)
- [Sviluppo sostenibile](#)
- [Telefonia](#)
- [Trattamenti estetici](#)

Stesso autore

Take cura il cambio di marchio da Sogegross Cash & Carry a GrosMarket

scritto il 02-11-2021



La strategia ha previsto un brand in un'ottica full service
 Take, agenzia di comunicazione integrata di Next Group, ha curato il cambio di marchio del canale ingrosso del Gruppo Sogegross da Sogegross Cash&Carry a GrosMarket, che diventa un punto di riferimento unico per tutte le necessità del professionista del food & beverage. La strategia ha previsto un brand in un'ottica full service, che comprende prodotto, consulenza e servizio per rapp [\(continua\)](#)

Take ha realizzato la creatività di EMO 2021, che si è conclusa con un grande successo

scritto il 25-10-2021



Oltre 700 imprese e più di 60.000 presenze provenienti da 91 paesi Take, agenzia di comunicazione integrata di Next

Mastrogiuseppe, Responsabile Relazioni Esterne di [UCIMU](#)

"L'immagine scelta - ha affermato **Alfredo Mariotti**, direttore di [UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE](#) - contribuisce a gettare le giuste premesse per il successo di 33.BI-MU ove i temi della tecnologia, della sostenibilità e della digitalizzazione saranno valorizzati al massimo sia attraverso l'esposizione sia attraverso l'approfondimento tecnico tecnologico proposto dagli incontri che saranno ospitati nella manifestazione. D'altra parte, siamo certi che l'immagine ibrida scelta per la comunicazione condivisa tra BI-MU e XYLEXPO, che sarà oggetto di un'intensa campagna pubblicitaria, porterà grande visibilità a entrambi gli eventi."

[fiere](#) | [BI-MU](#) | [XYLEXPO](#) |

🌐 22-11-2021 hits (112) 🚩 [segna un abuso](#)

Commenta l'articolo

Potrebbe anche interessarti

Vincenzo Pompeo Bava: Corte Ue a Spagna, "Liberi Junqueras, come eurodeputato gode di immunità"

Turismo e Vacanze

Autori più attivi Novembre

Lorenzotiezzi
(33) articoli pubblicati

Marcocavini
(32) articoli pubblicati

Nico1972
(19) articoli pubblicati

Newspower
(14) articoli pubblicati

AIDR
(14) articoli pubblicati

Articolinews
(12) articoli pubblicati

Redazione
(12) articoli pubblicati

LSEP2018
(10) articoli pubblicati

Motore sanita
(10) articoli pubblicati

Simona
(10) articoli pubblicati

I più cliccati

Double Pause. L'artista digitale che immortala la riluttanza.
Visto (3526) volte

NAPOLI 1465: LA VENDETTA DEL CONDOTTIERO
Visto (2163) volte

NUOVA SEDE DI E-DISTRIBUZIONE PER L'UNITÀ OPERATIVA DI CASTELLANETA - MARTINA
Visto (2075) volte

Group,ha realizzato il logo e la creatività per EMO MILANO 2021, la mostra mondiale dedicata al mondo della lavorazione dei metalli, che nei giorni scorsi si è conclusa con successo a fieramilano, Rho. In particolare, Take ha realizzato il nuovo logo "EMO MILANO 2021", nato dall'esigenza di legare indissolubilmente la manifestazione con la città [\(continua\)](#)

Take celebra in uno spot per Fastweb gli atleti italiani alle Olimpiadi

scritto il 08-09-2021



"Oltre i nostri sogni. Grazie a tutti voi" conclude il progetto Tokyo 2020 Take,agenzia di comunicazione integrata di Next Group,firma per Fastweb il video "Oltre i nostri sogni. Grazie a tutti voi", che celebra i risultati ottenuti dagli atleti italiani alle Olimpiadi di Tokyo. Lo spot è la naturale conclusione di un progetto di comunicazione che ha accompagnato tutte le Olimpiadi, con pagine celebrative delle medaglie d'oro sulla stampa, domination di touch point [\(continua\)](#)

CATTOLICA E I THE JACKAL RACCONTANO LA TECNOLOGIA CHE