



**IPG supera le attese nel 2019: fatturato netto a +3,3%**



**Aeffe Group sceglie Indaco per il social adv dei suoi brand**



**Iaki lancia Cimiciurri, la nuova agenzia per la Gen-Z**

<https://www.engage.it/agenzie/iaki-e-diego-de-lorenzis-lanciano-cimiciurri-agenzia-per-la-gen-z/217662>

1/2

## Iaki lancia Cimiciurri, la nuova agenzia per la Gen-Z

La struttura si propone come partner capace di colmare il gap tra le aziende e le nuove generazioni. De Lorenzis assume il ruolo di Ceo

di Simone Freddi 12 febbraio 2020

Condividi questo articolo



I soci fondatori: De Lorenzis, Caluzzi, Marchetti

Dall'incontro tra Iaki e Diego De Lorenzis, esperto di strategie di comunicazione innovative, nasce Cimiciurri: una nuova creative media agency completamente dedicata alle nuove generazioni, Gen-Z. Innanzitutto, ma con un occhio già rivolto alla "Generazione Alpha" (i nati dal 2010 in poi) e senza dimenticare gli "Young Millennials".

Presentata mercoledì a Milano, Cimiciurri (il cui nome trae ispirazione dalla salsa argentina *chimichurri*) si propone al mercato come un'agenzia a servizio completo per le aziende che vogliono parlare in modo efficace con le fasce più giovani della popolazione. Questo grazie a un approccio peculiare, basato su tre asset: primo, la progettualità nei progetti speciali ingaggianti; secondo, la possibilità di attivare un network di media on e offline cucito sul comportamento dei più efficaci; terzo, un centro di ricerca sulle nuove tendenze chiamato Next Gen Lab.

Pur essendo una società distinta da Iaki, Cimiciurri si avvarrà di tutto il supporto dell'agenzia di customer engagement per accelerare il proprio processo di crescita e ampliare l'offerta di servizi. «Il comportamento dei consumatori - ha spiegato Sandro Marchetti, amministratore di Cimiciurri e amministratore delegato di Iaki - cambia costantemente e le nuove generazioni si evolvono in maniera più rapida rispetto alle precedenti».



«Per creare messaggi efficaci e adatti a determinati target le aziende devono adeguarsi ai nuovi trend, ai nuovi linguaggi e canali di comunicazione. Cimiciurri ha le capacità e le competenze per governare la complessità di questo cambiamento».

### Cimiciurri, il modello operativo

Il modello operativo di Cimiciurri, che può già contare su uno staff di 10 persone e ha l'obiettivo, dichiarato da Marchetti, di arrivare a un milione di euro di giro d'affari entro un anno, nasce dall'esperienza sul target giovane di Diego De Lorenzis. Dopo aver ricoperto negli ultimi quattro anni la carica Head of Strategy & operations di Zoocom, in gruppo OneDay, De Lorenzis ha scelto di intraprendere la strada imprenditoriale con Cimiciurri, di cui è socio fondatore insieme a Iaki e in cui assume la carica di Ceo.

«Cimiciurri offre alle aziende soluzioni concrete ed è in grado di operare su tutti i touchpoint di riferimento per le nuove generazioni: digital, social (con un focus su TikTok), eventi e mezzi classici - ha spiegato De Lorenzis. - I nostri progetti sono originali, efficaci e mirati anche grazie a due strumenti esclusivi: la rete di partner che include community, influencer, talent e luoghi fisici per eventi e il Next Gen Lab con cui ci manteniamo costantemente aggiornati».

Un ruolo chiave è dunque assunto dal Next Gen Lab, un osservatorio permanente sulle nuove generazioni che, attraverso l'utilizzo di buzz monitoring, survey periodiche e ricerche etnografiche su settori merceologici precisi, è in grado di produrre dati utili per elaborare le migliori strategie comunicative e di validare le scelte delle aziende riguardo i nuovi target.

«Si tratta di uno strumento fondamentale che offre un aggiornamento continuo sulle nuove tendenze e sulle nuove generazioni che diventano sempre più rilevanti per le marche. Essere preparati in questo senso ci permette di governare il cambiamento e non solo di subirlo», ha aggiunto Nicoletta Caluzzi, Presidente di Cimiciurri e di Iaki.

## Iaki: 2019 a oltre 3 milioni di euro

Pure rimanendo ben distinta da Iaki come ragione sociale e come posizionamento, non c'è dubbio che la nascita di Cimiciurri rappresenti per l'agenzia di customer engagement guidata da Sandro Marchetti un salto di qualità verso il target giovane, ambito che l'agenzia peraltro già presidiava con successo (è stata lo scorso anno **agenzia italiana di TikTok**, che ha accompagnato nel percorso di crescita nel target 18-24).

Il tutto avviene in un periodo di crescita per l'agenzia. Il 2019, ha detta a margine Marchetti, per Iaki si è chiuso con un giro d'affari in termini di fee di **oltre 3 milioni di euro**, con una crescita nell'ordine del 12% sul 2018. «Dopo anni in cui la crescita era guidata dal comparto della gestione della comunicazione sui social, **nel 2019 abbiamo avuto una forte accelerazione nell'ambito dello sviluppo dei siti web**. Un trend forse sorprendente, ma che segnala come per molti clienti stia emergendo la necessità di rimettere al centro delle proprie strategie digital il sito, da ripensare anche in ottica di seo, di integrazione con i social media, di contenuti».