

IAKI Group e TIMAC AGRO Italia danno voce agli agricoltori di successo italiani in una video serie originale



TIMAC AGRO Italia, filiale della multinazionale francese Groupe Roullier, presente in 131 paesi con un fatturato di 2,65 miliardi di euro, ha scelto IAKI Group per la produzione di una serie di video da lanciare sui propri canali social per far conoscere le eccellenze agroalimentari italiane. IAKI Group ha realizzato 20 branded video per raccontare la realtà di TIMAC AGRO Italia attraverso i due format "ATC in campo" e "Agricoltori di successo". Il primo ha per protagonisti i tecnici agronomi di TIMAC AGRO Italia, e descrive gli interventi impiegati su una determinata coltura e

gli esiti ottenuti, mentre il secondo format, con un taglio più emozionale, è incentrato sul racconto degli agricoltori e del loro rapporto con l'azienda.

L'agenzia si è dedicata anche al progetto di un video corporate: dopo averne realizzato uno la scorsa primavera per celebrare il trentennale della fondazione della filiale italiana, il nuovo video corporate, di carattere più istituzionale, racconta l'impegno di TIMAC AGRO Italia sul territorio, la componente produttiva di ricerca e innovazione e il ruolo di primo piano a salvaguardia della filiera agroalimentare italiana.

"Abbiamo scelto di affidarci a IAKI per comunicare ai diversi stakeholders l'identità della nostra azienda, attraverso dei video che ne rendessero immediatamente riconoscibili i valori. - ha spiegato Chiara Superti, Responsabile Comunicazione di TIMAC AGRO Italia - Tra questi, la presenza capillare del servizio di assistenza in campo, con una rete di tecnici agronomi diffusa su tutto il territorio nazionale, e il supporto alla filiera agroalimentare italiana, dal campo alla tavola".

"Per rendere la fruizione dei video coinvolgente abbiamo deciso di adottare un approccio documentaristico, dinamico e realistico, coinvolgendo le persone che ogni giorno hanno a che fare realmente con TIMAC AGRO Italia. - ha raccontato Filippo Focchi, Direttore creativo di IAKI Group - Questo ci ha permesso di raccontare i valori del brand, i risultati ottenuti sulle colture e i vantaggi ottenuti grazie all'impiego dei prodotti innovativi. Il tutto secondo il punto di vista di chi li utilizza veramente".

IAKI Group ha curato ogni fase di realizzazione del progetto, dall'ideazione dei contenuti agli shooting in 8 regioni italiane, fino agli export finali destinati ai diversi canali di comunicazione, tra cui Facebook, Instagram, YouTube e le fiere ed eventi di settore.

Credits

Direttore Creativo: Filippo Focchi

Project Management: Daniela Caluzzi

Senior Art Director: Alessandro Cerri

Copywriter: Costanza Compiano

Social Media Manager: Francesco Quarti

TESTATA
www.mediakey.tv

DATA USCITA
2 mar 2022

SOGGETTO
Timac Agro



IAKI Group e TIMAC AGRO Italia danno voce agli agricoltori di successo...

02/03/2022

■ COMUNICAZIONE ■ DIGITAL

■ PRODUZIONI