

TESTATA

DATA USCITA

SOGGETTO

www.mercatototale.com

23 apr 2025

Prodotto dell'Anno



DILOC lancia Breeze On: design, tecnologia e sostenibilità per il quotidiano
18 Aprile 2025 - Produzione | Novità Prodotto



ANGAISA - Etim Italy diventa realtà
18 Aprile 2025 - Servizi alle filiere | Attività



NEWS

In breve

23/04/2025 - **COLAVENE: Idee smart per la primavera in casa**

...

23/04/2025 - **Dalle idee al prodotto: IAKI valorizza il percorso con l'AI generativa**

...

23/04/2025 - **BigMat International Architecture Award 2025: prorogata al 15 maggio la data utile per la presentazione dei progetti candidati**

...

18/04/2025 - **NAVELLO illumina la casa con le finestre "Tuttovetro" City**

...

17/04/2025 - **SCHNEIDER Electric premia i vincitori nazionali della terza edizione dei Sustainability Impact Awards**

...

11/04/2025 - **VIEGA promuove l'accesso universale all'acqua**

...

10/04/2025 - **NICE vince il Red Dot Award: Product Design 2025 con i Premium Toolless Architectural Speakers**

TESTATA

DATA USCITA

SOGGETTO

www.mercatototale.com

23 apr 2025

Prodotto dell'Anno

23 Aprile 2025

Dalle idee al prodotto: IAKI valorizza il percorso con l'AI generativa**Comunicato stampa****Dalle idee al prodotto: IAKI valorizza il percorso con l'AI generativa**

L'agenzia ha esaltato le caratteristiche peculiari dei prodotti e servizi premiati Eletto Prodotto dell'Anno 2025 con una campagna OOH. Tutto attraverso l'utilizzo di AI generativa che ha permesso un'ottimizzazione dei tempi e dei costi.

Per comunicare ai consumatori e valorizzare i vincitori dell'edizione 2025 di Eletto Prodotto dell'Anno 2025, il premio basato sul voto di oltre 12 mila consumatori chiamati a eleggere il prodotto migliore di varie categorie merceologiche, secondo i criteri di innovazione e soddisfazione, IAKI ha ideato e realizzato una campagna incentrata sul potere trasformativo delle idee e sulla visione che guida l'innovazione.

La strategia ha visto la realizzazione di una campagna DOOH (Digital Out Of Home) in sette punti strategici della città di Milano – da Monte Napoleone a Garibaldi, passando per il Naviglio Grande – in cui IAKI ha sviluppato una soluzione creativa e ha ideato contenuti ad alto impatto attraverso l'uso sapiente dall'AI. I flight mostrano i prodotti vincitori nel loro habitat naturale a partire da forme astratte (piramidi, cubi, sfere) che richiamano il prodotto e che fluttuano nello spazio, simbolo di energia creativa e diversità dell'innovazione. Il reveal del vincitore con effetto "wow" è accompagnato da un copy che esalta le caratteristiche di prodotto ed evidenzia il valore del premio in termini di soddisfazione per il consumatore.

"L'utilizzo avanzato dell'AI generativa per il morphing e le ambientazioni fotorealistiche ci ha permesso una produzione video evoluta e distintiva, di grande impatto visivo. Questa scelta ha ottimizzato il risultato creativo e anche i costi, grazie a una produzione snella che ha ridotto l'effort che sarebbe invece stato impiegato per lo shooting di 70 prodotti in 70 diverse ambientazioni. Tutto ciò, valorizzando sempre e comunque le caratteristiche peculiari di ogni singolo prodotto vincitore." – ha commentato Sandro Marchetti, amministratore delegato di IAKI.