

TESTATA  
www.advexpress.itDATA USCITA  
12 feb 2020SOGGETTO  
Lancio**MERCATO**

12/02/2020 15:50

Nasce Cimiciurri, la  
creative media agency  
per la Gen-Z e...

**FOREIGN OFFICE**

12/02/2020 11:45

A IPG Mediabrands la  
gara media globale  
Emirates. UM gestirà...

**MERCATO**

12/02/2020 15:14

Agcom: nel 2018 il  
Sistema Integrato delle  
Comunicazioni pari...

**Mercato**

## Nasce Cimiciurri, la creative media agency per la Gen-Z e punta a un milione di fatturato nel primo anno. IAKI chiude il 2019 a oltre 3 milioni

Presentata oggi la nuova agenzia che parla al target dei giovani consumatori: generazione Alpha, Gen-Z e Young Millennial. L'agenzia guidata dal CEO Diego De Lorenzis, è nata da una partnership con IAKI, che ne detiene la maggioranza ed è guidata dall'amministratore delegato Sandro Marchetti. Cimiciurri è una delle prime agenzie in Europa abilitata ad aprire canali per le aziende su Tik Tok, il social cinese in ascesa come destinazione privilegiata tra i giovanissimi. Si avvale dei trend, dei dati e degli insight forniti dall'osservatorio Next Gen Lab.

**Cimiciurri** è la nuova creative media agency che parla alle giovani generazioni di consumatori: dai più piccoli compresi sotto la lettera *Alpha* (nati dal 2010 in poi) alla *Gen-Z* (1997-2010), fino agli *Young Millennials* (nati tra il 1989 e il 1997). Un nuovo modello di agenzia cross mediale che ha i suoi punti di forza nell'analisi costante delle evoluzioni di scenario e nella conoscenza approfondita del target di riferimento.

Da dove viene il nome? Si tratta del nome italianizzato della salsa sudamericana chimichurri, "perché con la nostra agenzia vogliamo dare un tocco di sapore in più alla comunicazione dei brand che si rivolgono alle nuove generazioni", spiega ad ADVexpress **Diego De Lorenzis** esperto di strategie di comunicazione innovative e CEO di Cimiciurri. La nuova realtà nasce dalla partnership con l'agenzia **IAKI**, con cui condivide la sede e che detiene la maggioranza di Cimiciurri ed è guidata dall'amministratore delegato **Sandro Marchetti** (anche amministratore di Cimiciurri).

Cimiciurri ha sviluppato un modello organizzativo focalizzato sui target – a differenza di quello di IAKI che è invece organizzata per competenze – e si avvale di tutto il supporto di IAKI per accelerare il processo di crescita e ampliare l'offerta di servizi.

Cimiciurri è una delle prime agenzie in Europa abilitata ad aprire canali su **Tik Tok** per le aziende e può contare sui trend forniti dal *Next Gen Lab*, l'osservatorio permanente sulle nuove generazioni che attraverso survey periodiche e ricerche etnografiche su settori merceologici precisi fornisce a Cimiciurri gli insight per poter "intercettare le tendenze e trasformarle in comunicazione nel più breve tempo possibile, perché un trend su Tik Tok nasce e muore nel giro di venti giorni. Su Instagram dura un po' di più, ma si tratta comunque di un tempo limitato per catturare l'attenzione degli utenti", aggiunge Lorenzis.

Sono tre i pillar della nuova agenzia: **i dati 'always on'** forniti dal Next Gen Lab, **le idee e i media**, ovvero tutti i touchpoint digitali e fisici dove poter incontrare il target. A breve sarà inoltre annunciato il portfolio influencer 'proprietario' di Cimiciurri.

L'obiettivo di fatturato di Cimiciurri per il primo anno è di **un milione di euro**, al momento il team è di 10 persone (ma è destinato a crescere).

"Il comportamento dei consumatori 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 – ha spiegato **Sandro Marchetti** -. Cimiciurri ha le capacità e le competenze per governare la complessità del cambiamento continuo che deriva da più stimoli esterni".

"Cimiciurri offre alle aziende soluzioni concrete ed è in grado di operare su tutti i touchpoint di riferimento per le nuove generazioni: digital, social, eventi e mezzi classici - ha dichiarato **Diego 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".

Riguardo invece a IAKI, l'agenzia ha chiuso il 2019 con un fatturato di **oltre 3 milioni di euro**.

I primi clienti del 2020 saranno annunciati nelle prossime settimane.

In primavera è prevista la pubblicazione del primo report del **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.

"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. (Nella foto, da sinistra, **Diego De Lorenzis** (CEO di Cimiciurri), **Nicoletta Caluzzi** (Presidente di Cimiciurri e di IAKI) e **Sandro Marchetti** (Amministratore di Cimiciurri e Amministratore Delegato di IAKI).