

Rassegna Stampa

YAK Agency

Periodo: Gennaio 2019 - Dicembre 2019

Indice

Gennaio	3
Febbraio	7
Aprile	13
Maggio	21
Luglio	28
Agosto	35
Settembre	39
Dicembre	54

01. Gennaio

Testata: Il Mattino di Padova

Data: 06.01.2019

[Link alla notizia](#)

di Padova
il mattino

Yak Agency, l'innovazione è qui: la Regione incorona Padova



La giovane società in testa alla classifica dell'ente pubblico per l'assegnazione di un bando europeo

06 GENNAIO 2019



PADOVA. È YAK Agency l'azienda più innovativa e meritevole del Veneto. L'agenzia di comunicazione padovana è finita in testa alla classifica stilata dalla Regione, per l'assegnazione del contributo europeo di oltre trentamila euro del bando POR FESR 3.5.1.A.

Primi tra migliaia di aziende interessate in tutta la regione, con un punteggio massimo ottenuto grazie ai caratteri di innovazione, sostenibilità e solidità del progetto imprenditoriale.

Comunicazione e canali digital, questo il focus di YAK Agency, nata nel 2017 dalla fusione dall'esperienza decennale di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin.

I due soci - oggi poco più che trentenni - si sono conosciuti tra i banchi di scuola, al Liceo Scientifico Statale Alvisè Cornaro di Padova. Un'amicizia che - dopo anni di esperienze lavorative indipendenti - ha portato alla nascita di un'azienda che oggi impiega una ventina di collaboratori interni ed esterni.

Alto grado di istruzione, prodotti innovativi, formazione e curriculum: questi i punti di forza che hanno permesso all'agenzia di superare in classifica aziende farmaceutiche, studi di ingegneria ed industrie alimentari. A YAK Agency si parla in inglese, prima ancora che in italiano. A volte il cinese o lo spagnolo.

Non è solo una questione linguistica (in azienda lavorano persone di tre continenti). È il mercato di riferimento che travalica le frontiere di casa visto che l'export rappresenta oltre il 30% del fatturato che nel 2018 si è attestato a quasi 900 mila euro, con una crescita di oltre il 20 per cento rispetto al 2017, al di sopra della media del comparto.

"Questo risultato conferma il riscontro del mercato, che negli ultimi anni ci ha sempre premiato," così Dalla Dea - "Più che il contributo in sé - che incide sul nostro fatturato per alcuni decimi di punto percentuale - è per noi importante il dato. Essere i primi in una regione come il Veneto, un territorio dove la piccola impresa e la competitività sono valori fondanti del tessuto sociale, è motivo di orgoglio."

"Non ci riconosciamo nella retorica delle start-up," aggiunge Giovanni Cecolin. "Non siamo alla nostra prima avventura. La nostra azienda è il frutto di anni di studio, esperienza e know-how, che ci permettono di offrire ai nostri clienti un prodotto che non trovano altrove. E questo soprattutto grazie al nostro metodo di lavoro ed ai nostri collaboratori, che sono la nostra vera forza. Abbiamo una specializzazione nei settori dello sport, del turismo e del commercio, ma lavoriamo molto anche con realtà industriali e b2b di rilevanza mondiale."

"Investiremo questo contributo in tecnologia e soprattutto in formazione," continuano i soci, "viviamo in un mondo interconnesso, in cui la competizione è transnazionale e gli strumenti sono globali. Il futuro - in qualsiasi settore - si gioca sulle idee, e sulla capacità di trasformarle in fatti."

Testata: Il Mattino di Padova
Data: 06.01.2019

ASSEGNAZIONE FONDI EUROPEI

Yak Agency, l'innovazione è qui La Regione incorona Padova

La giovane società di Dalla Dea e Cecolin in testa alla classifica dell'ente pubblico
Il 30 per cento di fatturato sull'export suddiviso tra sport, turismo e commercio

È YAK Agency l'azienda più innovativa e meritevole del Veneto. L'agenzia di comunicazione padovana è finita in testa alla classifica stilata dalla Regione, per l'assegnazione del contributo europeo di oltre trentamila euro del bando POR FESR 3.5.1.A. Primi tra migliaia di aziende interessate in tutta la regione, con un punteggio massimo ottenuto grazie ad i caratteri di innovazione, sostenibilità e solidità del progetto imprenditoriale.

Comunicazione e canali digital, questo il focus di YAK Agency, nata nel 2017 dalla fusione dell'esperienza decennale di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin.

I due soci - oggi poco più che trentenni - si sono conosciuti tra i banchi di scuola, al Liceo Scientifico Statale Alvisse Cornaro di Padova. Un'amicizia che - dopo anni di esperienze lavorative indipendenti - ha portato alla nascita di un'azienda che oggi



La squadra di Yak con i due fondatori in primo piano, Marco Dalla Dea (sinistra) e Giovanni Cecolin (dx)

impiega una ventina di collaboratori interni ed esterni. Alto grado di istruzione, prodotti innovativi, formazione e curriculum: questi i punti di forza che hanno permesso all'agenzia di superare in classifica aziende farmaceutiche, studi di ingegneria ed

industrie alimentari. A YAK Agency si parla in inglese, prima ancora che in italiano. A volte il cinese o lo spagnolo. Non è solo una questione linguistica (in azienda lavorano persone di tre continen-

ti). È il mercato di riferimento che travalica le frontiere di casa, visto che l'export rappresenta oltre il 30% del fatturato che nel 2018 si è attestato a quasi 900 mila euro, con una crescita di oltre il 20 per cento rispetto al 2017, al

di sopra della media del comparto.

"Questo risultato conferma il riscatto del mercato, che negli ultimi anni ci ha sempre premiato," così Dalla Dea - "Più che il contributo in sé - che incide sul nostro fatturato per alcuni decimi di punto percentuale - è per noi importante il dato. Essere i primi in una regione come il Veneto, un territorio dove la piccola impresa e la competitività sono valori fondanti del tessuto sociale, è motivo di orgoglio."

"Non ci riconosciamo nella retorica delle start-up," aggiunge Giovanni Cecolin. "Non siamo alla nostra prima avventura. La nostra azienda è il frutto di anni di studio, esperienza e know-how, che ci permettono di offrire ai nostri clienti un prodotto che non trovano altrove. E questo soprattutto grazie al nostro metodo di lavoro ed ai nostri collaboratori, che sono la nostra vera forza. Abbiamo una specializzazione nei settori dello sport, del turismo e del commercio, ma lavoriamo molto anche con realtà industriali e b2b di rilevanza mondiale."

"Investiremo questo contributo in tecnologia e soprattutto in formazione," continuano i soci, "viviamo in un mondo interconnesso, in cui la competizione è transnazionale e gli strumenti sono globali. Il futuro - in qualsiasi settore - si gioca sulle idee, e sulla capacità di trasformarle in fatti."

INCARICHI

La città di stelle che a Natale lo è ancor più: la campagna

Il Comune di Padova ha aveva affidato a YAK Agency la copertura di tutta la comunicazione stampa e digital dell'edizione 2018 del Natale a Padova, la tradizionale rassegna che si compone di attrazioni a tema per adulti e bambini, concerti, mercatini ed eventi di vario tipo. Creatività e progettazione grafica, Comunicazione Web, Produzione foto e video, Social Media Strategy, Promozione multi-channel (tv, quotidiani e cinema) e Ufficio Stampa sono le attività che l'agenzia ha creato per comunicare tutte le iniziative che hanno animato il Natale in città dal 23 novembre 2018 sino alla Befana, ormai in arrivo.

Una comunicazione integrata che coinvolge i principali mezzi di comunicazione, dai più tradizionali (tv, web, quotidiani e affissioni pubblicitarie) ai canali innovativi (social network e cinema), per condividere un racconto semplice ed emozionale: "Padova è una città di stelle. A Natale lo è ancora di più".

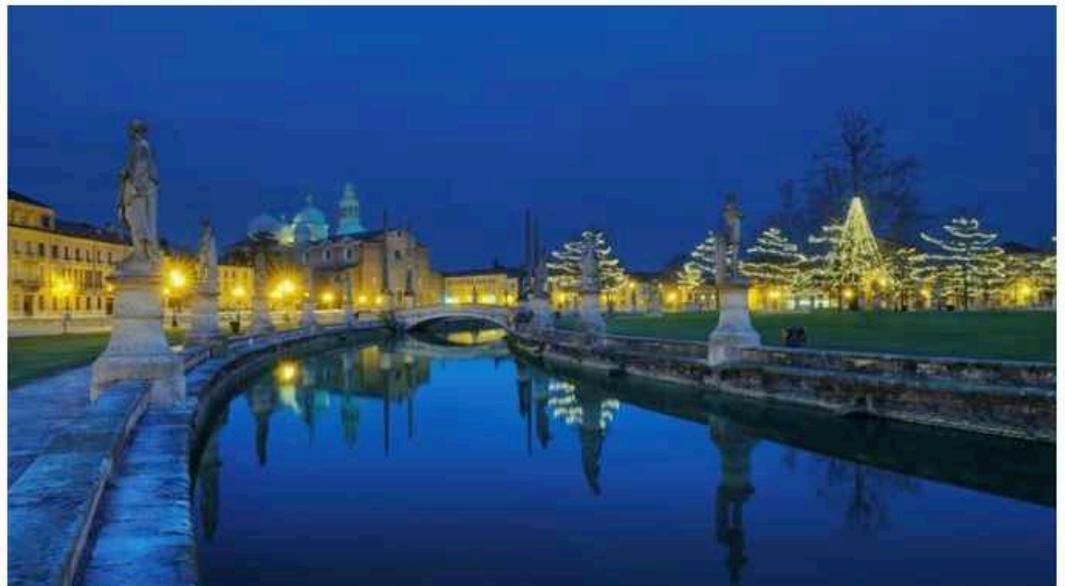
02. Febbraio

Testata: Il Tabloid
Data: 14.02.2019
[Link alla notizia](#)

il Tabloid 
notizie in punta di penna

Natale a Padova, un milione e cinquecentomila persone raggiunte dalla comunicazione 2018

14 Febbraio 2019 | Alfredo Di Costanzo | Dall'Italia, Primo Piano



Prato Della Valle (Padua - Italy)

Tempo di bilanci per "Natale a Padova 2018", il contenitore di eventi natalizi del Comune di Padova – Assessorato al commercio e alle attività produttive organizzato in collaborazione con Confcommercio, Confesercenti, Associazione provinciale esercizi pubblici e Promex con il supporto di comunicazione di Yak agency per veicolare più di 50 iniziative, tra eventi ed attrazioni, che hanno animato la città durante le ultime feste.

Spente le luminarie e concluse tutte le attività, il Comune di Padova ha tirato le somme, e i risultati in termini di comunicazione sono notevoli: oltre diecimila le visite registrate dal sito bilingue in meno di un mese (il 70% da mobile e una discreta percentuale dall'estero), un milione gli utenti social che hanno visualizzato i contenuti veicolati nella pagina Facebook e un milione e mezzo le visualizzazioni dello spot promozionale, diffuso su diversi canali online e offline.

Concepita per valorizzare Padova come meta turistica, culturale e di svago, in particolare nel periodo delle feste, la comunicazione del Natale a Padova è stata affidata a Yak agency, agenzia internazionale con sede a Padova, che ha accolto con entusiasmo il progetto e l'idea, promossa dall'Assessorato al commercio e alle attività produttive, di dare uno slancio alla comunicazione per la promozione delle attività della città.

Un impegno a tutto tondo, quello preso dal Comune ed in particolare dall'Assessorato al commercio e alle attività produttive, che ha compreso lo sviluppo del sito web, la gestione dei canali social, la cartellonistica e la grafica. Per rappresentare l'incastro di eventi e suggestioni del Natale a Padova, l'agenzia di Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea ha commissionato un'illustrazione d'autore all'artista veneto Ale Giorgini, in linea con il branding dell'evento, e ha ideato e prodotto uno spot pubblicitario di grande impatto emozionale, girato nei luoghi iconici di Padova.

Diffuso in alcuni dei principali cinema della città e della provincia, trasmesso in tutto il Veneto dai canali televisivi locali e veicolato online nella pagina Facebook dell'iniziativa, lo spot ha ottenuto una visibilità estesa e capillare raggiungendo oltre un milione e cinquecentomila visualizzazioni in poco più di un mese. Un numero significativo che ha permesso di dare una spinta ulteriore alla comunicazione e alla valorizzazione delle attività organizzate a Padova durante le feste e di offrire alla città una grande occasione in termini di visibilità e promozione.

"Questi numeri ci dimostrano come l'investimento in eventi e comunicazione diano un grande ritorno di immagine alla nostra città, sempre più meta di riferimento nel Nord Est – afferma l'assessore al commercio e alle attività produttive Antonio Bressa – Dobbiamo continuare a credere infatti nel marketing territoriale per generare quell'indotto economico che serve al nostro territorio, e ciò è possibile solo raccontando la bellezza e la vivacità di Padova, come è avvenuto in questo Natale e come avverrà per i prossimi grandi appuntamenti".

Testata: Padova News

Data: 15.02.2019

[Link alla notizia](#)

PADOVANEWS

IL PRIMO QUOTIDIANO ONLINE DI PADOVA

Natale a Padova, un milione e cinquecentomila persone raggiunte dalla comunicazione 2018

POSTED BY: REDAZIONE WEB 15 FEBBRAIO 2019



Tempo di bilanci per “Natale a Padova 2018”, il contenitore di eventi natalizi del Comune di Padova – Assessorato al commercio e alle attività produttive organizzato in collaborazione con Confcommercio, Confesercenti, Associazione provinciale esercizi pubblici e Promex con il supporto di comunicazione di Yak agency per veicolare più di 50 iniziative, tra eventi ed attrazioni, che hanno animato la città durante le ultime feste.

Spente le luminarie e concluse tutte le attività, il Comune di Padova ha tirato le somme, e i risultati in termini di comunicazione sono notevoli: oltre diecimila le visite registrate dal sito bilingue in meno di un mese (il 70% da mobile e una discreta percentuale dall'estero), un milione gli utenti social che hanno visualizzato i contenuti veicolati nella pagina Facebook e un milione e mezzo le visualizzazioni dello spot promozionale, diffuso su diversi canali online e offline.

Concepita per valorizzare Padova come meta turistica, culturale e di svago, in particolare nel periodo delle feste, la comunicazione del Natale a Padova è stata affidata a Yak agency, agenzia internazionale con sede a Padova, che ha accolto con entusiasmo il progetto e l'idea, promossa dall'Assessorato al commercio e alle attività produttive, di dare uno slancio alla comunicazione per la promozione delle attività della città.

Un impegno a tutto tondo, quello preso dal Comune ed in particolare dall'Assessorato al commercio e alle attività produttive, che ha compreso lo sviluppo del sito web, la gestione dei canali social, la cartellonistica e la grafica. Per rappresentare l'incastro di eventi e suggestioni del Natale a Padova, l'agenzia di Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea ha commissionato un'illustrazione d'autore all'artista veneto Ale Giorgini, in linea con il branding dell'evento, e ha ideato e prodotto uno spot pubblicitario di grande impatto emozionale, girato nei luoghi iconici di Padova.

Diffuso in alcuni dei principali cinema della città e della provincia, trasmesso in tutto il Veneto dai canali televisivi locali e veicolato online nella pagina Facebook dell'iniziativa, lo spot ha ottenuto una visibilità estesa e capillare raggiungendo oltre un milione e cinquecentomila visualizzazioni in poco più di un mese. Un numero significativo che ha permesso di dare una spinta ulteriore alla comunicazione e alla valorizzazione delle attività organizzate a Padova durante le feste e di offrire alla città una grande occasione in termini di visibilità e promozione.

“Questi numeri ci dimostrano come l'investimento in eventi e comunicazione diano un grande ritorno di immagine alla nostra città, sempre più meta di riferimento nel Nord Est – afferma l'assessore al commercio e alle attività produttive Antonio Bressa – Dobbiamo continuare a credere infatti nel marketing territoriale per generare quell'indotto economico che serve al nostro territorio, e ciò è possibile solo raccontando la bellezza e la vivacità di Padova, come è avvenuto in questo Natale e come avverrà per i prossimi grandi appuntamenti”.(Tratto da: <http://www.padovanet.it>)

Testata: Il Gazzettino di Padova

Data: 15.02.2019

IL GAZZETTINO

Comunicazione

Bilancio da record per “Natale a Padova”

Tempo di bilanci per “Natale a Padova 2018”, il contenitore di eventi natalizi del Comune di Padova - Assessorato al Commercio e alle Attività Produttive organizzato in collaborazione con Confcommercio, Confesercenti, Associazione Provinciale Esercizi Pubblici e Promex con il supporto di comunicazione di Yak Agency per veicolare più di 50 iniziative, tra eventi ed attrazioni, che ha animato la città durante le ultime feste. Spente le luminarie e concluse tutte le attività, il Comune di Padova ha tirato le somme, e i risultati in termini di comunicazione sono notevoli: oltre diecimila le visite registrate dal sito bilingue in meno di un mese (il 70% da mobile e una discreta percentuale dall'estero), un milione gli utenti social che hanno visualizzato i contenuti veicolati nella pagina Facebook e un milione e mezzo le visualizzazioni dello spot promozionale, diffuso su diversi canali online e offline.

Concepita per valorizzare Padova come meta turistica, cultu-

rale e di svago, in particolare nel periodo delle feste, la comunicazione del Natale a Padova è stata affidata a Yak Agency, agenzia internazionale con sede a Padova, che ha accolto con entusiasmo il progetto e l'idea, promossa dall'Assessorato al Commercio e alle Attività Produttive, di dare uno slancio alla comunicazione per la promozione delle attività della città. Un impegno a tutto tondo, quello preso dal Comune ed in particolare dall'Assessorato al Commercio e alle Attività Produttive, che ha compreso lo sviluppo del sito web, la gestione dei canali social, la cartellonista e la grafica. Per rappresentare l'incastro di eventi e suggestioni del Natale a Padova, l'agenzia di Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea ha commissionato un'illustrazione d'autore all'artista veneto Ale Giorgini, in linea con il branding dell'evento, e ha ideato e prodotto uno spot pubblicitario di grande impatto emozionale, girato nei luoghi iconici di

Padova.

Diffuso in alcuni dei principali cinema della città e della provincia, trasmesso in tutto il Veneto dai canali televisivi locali e veicolato online nella pagina Facebook dell'iniziativa, lo spot ha ottenuto una visibilità estesa e capillare raggiungendo oltre un milione e cinquecentomila visualizzazioni in poco più di un mese. Un numero significativo che ha permesso di dare una spinta ulteriore alla comunicazione e alla valorizzazione delle attività organizzate a Padova durante le feste e di offrire alla città una grande occasione in termini di visibilità e promozione.

«Questi numeri ci dimostrano come l'investimento in eventi e comunicazione diano un grande ritorno di immagine alla nostra città, sempre più meta di riferimento nel Nord Est - afferma l'Assessore al Commercio e alle Attività Produttive Antonio Bressa - Dobbiamo continuare

a credere infatti nel marketing territoriale per generare quell'indotto economico che serve al nostro territorio, e ciò è possibile solo raccontando la bellezza e la vivacità di Padova, come è avvenuto in questo Natale e come avverrà per i prossimi grandi appuntamenti».

03. Aprile

Testata: Media Key

Data: 01.04.2019

[Link alla notizia](#)

MK

GRUPPO EDITORIALE MEDIA KEY

Erreà Republic sceglie YAK Agency per promuovere la sua linea di abbigliamento Sportswear



Dopo la soddisfacente esperienza a fianco di Erreà Sport, il team di YAK Agency è stato incaricato dall'azienda italiana, produttrice da oltre 30 anni di abbigliamento tecnico sportivo, di curare la comunicazione digital di Erreà Republic, la linea di abbigliamento casual sportivo del marchio. Giubbotteria, felperia, maglieria, pantaloni e una linea di accessori compongono la collezione Erreà Republic, fedele allo stile d'eccellenza del brand, leader riconosciuto a livello mondiale per qualità e competenza e sponsor di migliaia di squadre nel mondo di tutti gli sport, ma creato per un utilizzo

quotidiano: la tecnologia dei campi da gioco adattata per la città, le tendenze dello sport rivisitate con dettagli eleganti e ricercati, una linea ideale per il tempo libero, adeguata alle diverse situazioni della giornata.

Il nostro team d'agenzia, che da oltre dieci anni offre servizi di comunicazione integrata e content marketing in ambito sportivo e aziendale, affiancherà Erreà Republic per le attività social, dalla pianificazione editoriale alla strategia di investimenti pubblicitari fino al community management, con l'obiettivo di promuovere i prodotti di tendenza Erreà Republic che vanno ad implementare la tradizionale linea dedicata alle società sportive. In ottica di marketing, YAK Agency lavorerà sulla brand awareness attraverso specifiche attività di digital PR per la promozione dei capi della linea.

"È una grande soddisfazione per il nostro team poter continuare a lavorare a fianco di un'azienda affermata e apprezzata a livello mondiale come Erreà", affermano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, soci fondatori di YAK Agency. "Oltre alla condivisione della nostra pluriennale esperienza nel mondo dello sport, che si è consolidata negli ultimi anni anche grazie a questa preziosa partnership, ci impegneremo in una nuova sfida che tocca un altro specifico focus d'agenzia, quello del mondo retail, che già ci porta a lavorare con realtà di rilievo sul territorio nazionale e in Europa".

Testata: ADC Group

Data: 01.04.2019

[Link alla notizia](#)

ADVexpress it



Mercato

Erreà Republic sceglie Yak Agency per promuovere la sua linea di abbigliamento sportswear

L'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin rafforza la partnership con il brand di sportswear grazie all'affidamento dei servizi di Social Media Management e Digital PR per la linea di abbigliamento casual sportivo del marchio. Dalla Dea e Cecolin, (in foto): "Ci impegneremo in una nuova sfida che tocca un altro specifico focus d'agenzia, quello del mondo retail, che già ci porta a lavorare con realtà di rilievo sul territorio nazionale e in Europa".

Dopo la soddisfacente esperienza a fianco di **Erreà Sport**, il team di **YAK Agency** è stato incaricato dall'azienda italiana, produttrice da oltre 30 anni di abbigliamento tecnico sportivo, di curare la comunicazione digital di **Erreà Republic**, la linea di abbigliamento casual sportivo del marchio.

Giubbotteria, felpa, maglieria, pantaloni e una linea di accessori compongono la collezione Erreà Republic, fedele allo stile del brand, player riconosciuto a livello mondiale per qualità e competenza e sponsor di migliaia di squadre nel mondo di tutti gli sport, ma creato per un utilizzo quotidiano: la tecnologia dei campi da gioco adattata per la città, le tendenze dello sport rivisitate con dettagli eleganti e ricercati, una linea ideale per il tempo libero, adeguata alle diverse situazioni della giornata.

Testata: Spot and Web

Data: 01.04.2019

[Link alla notizia](#)

SPOT_{and}WEB

#brevi del 1 aprile

📅 1 APRILE 2019 📍 #BREVI, PRIMOPIANO

Activision, produttore ed editore mondiale nel campo dell'interactive entertainment ha affidato le proprie attività di comunicazione e relazioni pubbliche a Hill+Knowlton Strategies Italia.

Il team di YAK Agency è stato incaricato da Erreà Sport, di curare la comunicazione digital di Erreà Republic, la linea di abbigliamento casual sportivo del marchio.

Attila&Co. si occuperà delle attività di media relations e digital PR in Italia per il brand britannico Fred Perry.

VETRYA perfeziona l'acquisizione del 100% di Viralize, società leader riconosciuta su digital video advertising basato su intelligenza artificiale.

Say What ha ideato e realizzato il progetto di inaugurazione del Flagship Store di Primerent, a Milano dedicato al noleggio tailor made di automobili di alta gamma.

Madre ha curato cura la comunicazione digital de Il Nome della Rosa, la serie tv cult di Rai Uno.

Cogeser Energia affida ad Acqua la realizzazione della sua nuova campagna di comunicazione.

Testata: Publicom Now!

Data: 02.04.2019

[Link alla notizia](#)

PUBBLI NOW!
com



Budget in movimento Creatività e Marketing

Erreà Sport sceglie Yak Agency per la comunicazione digital di Erreà Republic

2 Aprile 2019 Autore 0 Commenti

Il team di Yak Agency è stato incaricato dall'azienda italiana **Erreà Sport**, produttrice da oltre 30 anni di abbigliamento tecnico sportivo, di curare la comunicazione digital di Erreà Republic, linea di abbigliamento casual sportivo del marchio. L'agenzia affiancherà Erreà Republic per le attività social, dalla pianificazione editoriale alla strategia di investimenti pubblicitari fino al community management, con l'obiettivo di promuovere i prodotti di tendenza Erreà Republic che vanno ad implementare la tradizionale linea dedicata alle società sportive. In ottica di marketing, YakAgency lavorerà sulla brand awareness attraverso specifiche attività di digital pr per la promozione dei capi della linea.

Testata: Sport Business Management

Data: 08.04.2019

[Link alla notizia](#)



ERREÀ REPUBLIC SCEGLIE YAK AGENCY PER PROMUOVERE LA SUA LINEA DI ABBIGLIAMENTO SPORTSWEAR

Marketing, Notizie



L'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin rafforza la partnership con l'eccellenza italiana dello sportswear grazie all'affidamento dei servizi di Social Media Management e Digital PR per Erreà Republic

Dopo la soddisfacente esperienza a fianco di Erreà Sport, il team di YAK Agency è stato incaricato dall'azienda italiana, produttrice da oltre 30 anni di abbigliamento tecnico sportivo, di curare la comunicazione digital di Erreà Republic, la linea di abbigliamento casual sportivo del marchio.

Giubbotteria, felperia, maglieria, pantaloni e una linea di accessori compongono la collezione Erreà Republic, fedele allo stile d'eccellenza del brand, leader riconosciuto a livello mondiale per qualità e competenza e sponsor di migliaia di squadre nel mondo di tutti gli sport, ma creato per un utilizzo quotidiano: la tecnologia dei campi da gioco adattata per la città, le tendenze dello sport rivisitate con dettagli eleganti e ricercati, una linea ideale per il tempo libero, adeguata alle diverse situazioni della giornata.



Il nostro team d'agenzia, che da oltre dieci anni offre servizi di comunicazione integrata e content marketing in ambito sportivo e aziendale, affiancherà Erreà Republic per le attività social, dalla pianificazione editoriale alla strategia di investimenti pubblicitari fino al community management, con l'obiettivo di promuovere i prodotti di tendenza Erreà Republic che vanno ad implementare la tradizionale linea dedicata alle società sportive. In ottica di marketing, YAK Agency lavorerà sulla brand awareness attraverso specifiche attività di digital PR per la promozione dei capi della linea.



Testata: Facebook - Pagina di Sport Business Management
Data: 08.04.2019



Sport Business Management

8 aprile · 🌐

➔ **MARKETING**

✅ **YAK Agency** rafforza la partnership con **Erreà Sport** grazie all'affidamento dei servizi di Social Media Management e Digital PR per **Erreà Republic**



SPORTBUSINESSMANAGEMENT.IT

Erreà Republic sceglie **Yak Agency** per promuovere la sua linea di abbigliamento sportswear

04. Maggio

Testata: Media Key
Data: 15.05.2019
[Link alla notizia](#)



Yak Agency comunica il 28^ Abano Football Trophy



Il grande calcio giovanile torna protagonista con la 28^ edizione dell'[Abano Football Trophy](#) - Torneo Internazionale di Calcio Giovanile "Città di Abano Terme", in programma dal 15 al 19 maggio. Juventus, Milan, Inter, Napoli, Atalanta, Fiorentina e Chievo Verona le squadre italiane; Chelsea, Red Bull Salisburgo, Ajax, Dinamo Kiev, Rostov, Valencia e Ausburg quelle europee. Per la prima volta anche una squadra cinese e una brasiliana: lo Changchun Yatai e il Flamengo.

Tutta la comunicazione del Torneo, affermatosi negli anni come una delle competizioni più prestigiose d'Europa per giovanissimi under 14, è stata affidata anche quest'anno a [YAK Agency](#) che ha realizzato la creatività e i materiali promozionali dell'evento e sta seguendo tutte le attività di ufficio stampa, media relations e social media management. Durante le giornate di gara, inoltre, un team di fotografi e giornalisti dell'agenzia sarà "in campo" per produrre contenuti live, in italiano e in inglese.

UNO DEI TORNEI GIOVANILI PIÙ PRESTIGIOSI D'EUROPA

Nato nel 1991 e riconosciuto nel settore come uno dei tornei dal più alto tasso tecnico d'Europa, il Torneo Internazionale di Calcio Giovanile "Città di Abano Terme" è un appuntamento ormai consolidato anche per osservatori e talent scout, che approfitteranno delle giornate di gara per mettere sotto la propria lente di ingrandimento i giovani talenti. Basti pensare ai tantissimi campioni che in passato hanno disputato il Torneo e che oggi sono protagonisti tra i professionisti: De Rossi, Gabbiadini, Florenzi, Lasagna, Montolivo, Riccardo Rodriguez, Lacazette, ma anche il giovane attaccante della Roma Justin Kluivert, il baby fenomeno della Juve Moise Kean, o il difensore centrale Matthijs de Ligt, protagonista con l'Ajax in Champions League.

LA "PRIMA VOLTA DEL CALCIO FEMMINILE"

L'edizione 2019 sarà la prima dedicata anche al calcio femminile, con un quadrangolare in cui saranno impegnate le formazioni femminili under 15 di Atalanta, Padova, Venezia e ACF Ticino, in programma sabato 18 e domenica 19 maggio. Questa prima edizione, che nei prossimi anni verrà sviluppata e consolidata, nasce dalla volontà degli organizzatori di sostenere la crescita del "calcio in rosa" e contribuire allo sviluppo del movimento anche a livello giovanile.

Non solo calcio giocato, ma anche occasione di socializzazione e scambio di esperienze tra ragazzi provenienti da paesi e culture diverse, che potranno vivere un'indimenticabile momento di incontro nei valori dello sport. È questo l'imperativo degli organizzatori del Torneo, che hanno previsto anche quest'anno momenti di aggregazione tra ragazzi e addetti ai lavori.

Testata: SportSmall.it
Data: 13.05.2019
[Link alla notizia](#)



CALCIO PICCOLI: RIECCO L'ABANO FOOTBALL TROPHY (28A EDIZIONE). TUTTI ALL'INSEGUIMENTO DEL CHIEVO

Torneo in programma dal 15 al 19 maggio 2019 con 16 top club internazionali per 10 Nazioni al via

13 MAG 2019 DI REDAZIONE

0 COMMENT



Il ChievoVerona in trionfo al 27° Torneo di calcio giovanile della città di Abano Terme (Foto per gentile concessione Yak Agency - Uff Stampa)

ABANO TERME – Juventus, Milan, Inter, Napoli, Atalanta, Fiorentina e Chievo Verona le squadre italiane; **Chelsea, Red Bull Salisburgo, Ajax, Dinamo Kiev, Rostov, Valencia e Ausburg** quelle europee. Per la prima volta anche una squadra cinese e una brasiliana: lo **Changchun Yatai** e il **Flamengo**.

Il grande calcio giovanile torna protagonista con la **28° edizione dell'Abano Football Trophy – Torneo Internazionale di Calcio Giovanile "Città di Abano Terme"**, in programma dal **15 al 19 maggio**.

Affermatosi negli anni come una delle competizioni più prestigiose d'Europa per under 14, il Torneo porterà in campo i "giovanissimi" del 2005 di 16 top club, in rappresentanza di **10 Nazioni e 3 continenti: Italia, Gran Bretagna, Spagna, Germania, Olanda, Austria, Russia, Ucraina, Brasile e Cina**.

Saranno **38 le partite in programma, in 8 campi di gioco**: tutte ad ingresso gratuito.

UNO DEI TORNEI GIOVANILI PIÙ PRESTIGIOSI D'EUROPA

Nato nel 1991 e riconosciuto nel settore come uno dei tornei dal più alto tasso tecnico d'Europa, il Torneo Internazionale di Calcio Giovanile "Città di Abano Terme" è un appuntamento ormai consolidato anche per osservatori e talent scout, che approfitteranno delle giornate di gara per mettere sotto la propria lente di ingrandimento i giovani talenti.

*Basti pensare ai tantissimi campioni che in passato hanno disputato il Torneo e che oggi sono protagonisti tra i professionisti: **De Rossi, Gabbiadini, Florenzi, Lasagna, Montolivo, Riccardo Rodriguez, Lacazette**, ma anche il giovane attaccante della Roma **Justin Kluivert**, il baby fenomeno della Juve **Moise Kean**, o il difensore centrale **Matthijs de Ligt**, protagonista con l'Ajax in Champions League.*

La "prima volta del calcio femminile"

L'edizione 2019 sarà la prima dedicata anche al calcio femminile, con un quadrangolare in cui saranno impegnate le formazioni femminili under 15 di **Atalanta, Padova, Venezia e ACF Ticino**, in programma **sabato 18 e domenica 19 maggio**. Questa prima edizione, che nei prossimi anni verrà sviluppata e consolidata, nasce dalla volontà degli organizzatori di sostenere la crescita del "calcio in rosa" e contribuire allo sviluppo del movimento anche a livello giovanile.

Testata: La Gazzetta dello Sport
Data: 17.05.2019

La Gazzetta dello Sport

Tutto il rosa  della vita



La Storia

Così rinasce il Flamengo

Tre mesi fa l'incendio nel centro sportivo delle giovanili del club di Rio uccideva 10 ragazzi. Ora, per la prima volta, i «reduci» di quella tragica notte sono venuti in Italia. Per disputare il torneo di Abano Under 14. E per dire: «Vogliamo vincere per dedicare questo trofeo a loro»

di Matteo Dalla Vite

DI CHE COSA PARLIAMO

C'è un'emozione che si vive ogni volta che si parla di Flamengo. Il club di calcio di Rio de Janeiro, il club più importante del Brasile, è stato distrutto da un incendio che ha ucciso 10 ragazzi. Ora, per la prima volta, i «reduci» di quella tragica notte sono venuti in Italia. Per disputare il torneo di Abano Under 14. E per dire: «Vogliamo vincere per dedicare questo trofeo a loro»

Oltre 800 i giovani, il giorno del rogo. E poi il ricordo, un dolore inconfondibile. Con lui, il club di calcio di Rio de Janeiro, il club più importante del Brasile, è stato distrutto da un incendio che ha ucciso 10 ragazzi. Ora, per la prima volta, i «reduci» di quella tragica notte sono venuti in Italia. Per disputare il torneo di Abano Under 14. E per dire: «Vogliamo vincere per dedicare questo trofeo a loro»

DI CHE COSA PARLIAMO

C'è un'emozione che si vive ogni volta che si parla di Flamengo. Il club di calcio di Rio de Janeiro, il club più importante del Brasile, è stato distrutto da un incendio che ha ucciso 10 ragazzi. Ora, per la prima volta, i «reduci» di quella tragica notte sono venuti in Italia. Per disputare il torneo di Abano Under 14. E per dire: «Vogliamo vincere per dedicare questo trofeo a loro»

Oltre 800 i giovani, il giorno del rogo. E poi il ricordo, un dolore inconfondibile. Con lui, il club di calcio di Rio de Janeiro, il club più importante del Brasile, è stato distrutto da un incendio che ha ucciso 10 ragazzi. Ora, per la prima volta, i «reduci» di quella tragica notte sono venuti in Italia. Per disputare il torneo di Abano Under 14. E per dire: «Vogliamo vincere per dedicare questo trofeo a loro»

BANDI BALL

Il club di calcio di Rio de Janeiro, il club più importante del Brasile, è stato distrutto da un incendio che ha ucciso 10 ragazzi. Ora, per la prima volta, i «reduci» di quella tragica notte sono venuti in Italia. Per disputare il torneo di Abano Under 14. E per dire: «Vogliamo vincere per dedicare questo trofeo a loro»

Oltre 800 i giovani, il giorno del rogo. E poi il ricordo, un dolore inconfondibile. Con lui, il club di calcio di Rio de Janeiro, il club più importante del Brasile, è stato distrutto da un incendio che ha ucciso 10 ragazzi. Ora, per la prima volta, i «reduci» di quella tragica notte sono venuti in Italia. Per disputare il torneo di Abano Under 14. E per dire: «Vogliamo vincere per dedicare questo trofeo a loro»

Vincere per loro

Per la prima volta da quando nel 2011 il Flamengo fu distrutto da un incendio che uccise 10 ragazzi, il club di calcio di Rio de Janeiro, il club più importante del Brasile, è stato distrutto da un incendio che ha ucciso 10 ragazzi. Ora, per la prima volta, i «reduci» di quella tragica notte sono venuti in Italia. Per disputare il torneo di Abano Under 14. E per dire: «Vogliamo vincere per dedicare questo trofeo a loro»

Ogni Estate

Grimaldi Lines

SARDEGNA STOCK

20%

(offerta fino esaurimento)

Per prenotazioni sottoposte dal 18 giugno al 15 settembre

VALIDO PER TUTTE LE LINEE SARDEGNA

Genova - Olbia Civitavecchia - Olbia Civitavecchia - Porto Torres e viceversa

Offerta a condizioni con tutte le altre offerte attive al momento delle prenotazioni, con le eccezioni e con le tariffe speciali. Sono escluse le tariffe speciali per i clienti "Grimaldi Plus" e per i militari, ed escluse le tariffe speciali per i clienti "Grimaldi Plus" e per i militari, ed escluse le tariffe speciali per i clienti "Grimaldi Plus" e per i militari.

Le tariffe speciali sono soggette a disponibilità e possono subire variazioni

grimaldi-lines.com

E' rinata

Il club di calcio di Rio de Janeiro, il club più importante del Brasile, è stato distrutto da un incendio che ha ucciso 10 ragazzi. Ora, per la prima volta, i «reduci» di quella tragica notte sono venuti in Italia. Per disputare il torneo di Abano Under 14. E per dire: «Vogliamo vincere per dedicare questo trofeo a loro»

Lo stemma

Il club di calcio di Rio de Janeiro, il club più importante del Brasile, è stato distrutto da un incendio che ha ucciso 10 ragazzi. Ora, per la prima volta, i «reduci» di quella tragica notte sono venuti in Italia. Per disputare il torneo di Abano Under 14. E per dire: «Vogliamo vincere per dedicare questo trofeo a loro»

Testata: Viola News

Data: 16.05.2019

[Link alla notizia](#)

VIOLANEWS.COM

TESTATA GIORNALISTICA

28° Abano Football Trophy – Esordio in chiaro scuro per gli U14 della Fiorentina

Domani la sfida decisiva contro il Chelsea.

di Redazione VN



I PIÙ RECENTI

01/10/2020 10:20
Viviano: "Chiesa-Juventus? Da tifoso mi accoccerebbe, ma giunto che segue il suo destino"

01/10/2020 10:05
Da un lettore lettera aperta a Roberto Cosimiani

01/10/2020 09:58
Coppa Italia - I viola esprimeranno una squadra di Serie C nel 3° turno

01/10/2020 09:45
Fiorentina, via libera al nuovo centro sportivo: ora manca un ultimo sì prima dell'inizio dei lavori

01/10/2020 09:35
Ribery vuol recuperare per la Samp. Dubbi anche sue viola fermi at box

[Val all'archivio completo →](#)

Una sconfitta di misura contro gli austriaci del **Red Bull Salisburgo** e una convincente vittoria contro i pari età dell'**Atalanta**: è questo il bottino di giornata dei giovanissimi under 14 della Fiorentina al 28° Abano Football Trophy.

I giovani viola di Mister Valentino Vaselli hanno perso per 2 a 1 all'esordio contro Red Bull Salisburgo (rete di Saltamacchia), ma si sono rifatti nel pomeriggio contro l'Atalanta vincendo 3 a 1 con una prestazione maiuscola, impreziosita da una bellissima rete di Ofoma, un tiro da fuori area sotto l'incocione dei pali di Fragnelli e un colpo di testa imparabile di Tavanti, su calcio d'angolo.

Domani, venerdì 17 maggio, i viola giocheranno l'ultima partita del girone D contro il Chelsea. Sarà un match decisivo: tutte le squadre del girone, infatti, sono a 3 punti nella classifica provvisoria. Dopo aver vinto l'edizione 2017 e il secondo posto del 2018, i giovani di mister Vaselli (nella foto di YAK Agency) faranno di tutto per accedere ai quarti di finale, in programma sabato. Sempre sabato sono in programma le semifinali. Domenica 19 maggio le finali.

Testata: OA Sport
Data: 13.05.2019
[Link alla notizia](#)



Superbike

FOTO Ombrelline Superbike, GP Italia 2019: bellezze mozzafiato ad Imola sul circuito del Santerno

Published: 13 Maggio 2019 | 21:48 • Updated: | 22:11 • Giandomenico Tiseo



20190510, Imola (ITALY) - The 2019 Superbike World Championship Pirelli round takes place in Imola

"Donne e motori, gioie e dolori?". In questo caso la domanda non sussiste perché le forme e la sensualità di una Ducati Panigale V4 R o di una Kawasaki ZX-10RR è pari a quella delle bellezze che hanno regalato, allegria e colori speciali nell'**Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrati di Imola**. Le *"grid girl"* o *"ombrelline"*, fate voi, del weekend del quinto round del Mondiale di Superbike hanno arricchito il paddock di quel fascino che ammalia, perfettamente in simbiosi con le moto pronte ad aggredire l'asfalto. Velocità e grazia, potenza e leggerezza: ingredienti perfetti del connubio tra l'arte dell'uomo e l'ispirazione di *Madre Natura*. Di seguito la **gallery di YAK Agency delle splendide ragazze del fine settimana italiano**:

05. Luglio

Testata: Il Mattino di Padova
Data: 09.07.2019

di Padova il mattino

CALCIO GIOVANILE

"Città di Abano", un successo potenziato il torneo femminile

ABANO TERME. Oltre un milione di contatti unici sui social network, l'ottimo avvio del torneo maschile, le straordinarie referenze delle squadre. Si è rivelata un successo la ventottesima edizione del Torneo Internazionale di calcio giovanile Città di Abano, organizzata dal Genc, Gruppo Ex Neroverdi Calcio. Amministrazione comunale e Genc hanno riportato ai fasti di un tempo la kermesse calcistica che ha visto confrontarsi i top club della categoria Giovanissimi provenienti da tre continenti (Europa, America e Asia). Il Genc, che durante il commissariamento, nel 2017, ha salvato il torneo che rischiava di scomparire si conferma quindi macchina infalli-

bile. «Abbiamo raccolto tutti gli ottimi risultati in un volume», spiega il vicesindaco e assessore allo Sport, Francesco Pozza, «abbiamo messo giù tutti i numeri della kermesse. Tra i vari profili social, Facebook, Instagram e Twitter, abbiamo registrato 1.072.000 contatti unici. Basti pensare poi che i contenuti su Instagram sono stati condivisi almeno per la metà da quanti li hanno visualizzati».

Ma non è finita qui. «Le dirette su Youtube hanno registrato 341.389 visualizzazioni», aggiunge Pozza, «sono stati realizzati 9 materiali grafici tra pieghevoli, flyer, banner. 813 sono state le foto scattate, 76 le testate giornalistiche che ne hanno parlato, 395 i post sui social e nel com-

plesso si è registrato, rispetto all'edizione precedente, un incremento di 4 mila nuovi followers».

Successo anche per il torneo femminile, che passerà da 4 a 6 squadre. «Dal punto di vista turistico sono stati fatti dei sondaggi», spiega il vicesindaco, «sei referenti delle 16 squadre non conoscevano Abano e hanno detto di volerci tornare. Nel complesso tutti hanno dato giudizi massimi sul torneo, sull'organizzazione, sulla città e sugli hotel e tutti hanno detto di voler tornare ad Abano sia a giocare, che da turisti».

Gongola il presidente del Genc, Gianni Meggiolaro, anima del torneo, reduce dal successo della cena di gala dell'associazione al chiostro

dell'Hotel San Marco di Montebelluna. «Il nostro è un torneo unico, tanto che abbiamo già richieste da Argentina, Usa e persino Qatar», spiega Gianni Meggiolaro, «il prossimo anno punteremo ad allargare il torneo femminile inserendo 3 squadre italiane e 3 straniere e per questo sarà necessario iniziare un paio di giorni prima. Il periodo rimarrà quello dei primi di maggio. Continueremo a coinvolgere i comuni limitrofi, come Padova, Due Carrare e Battaglia e le partite saranno confermate nelle fasce orarie pomeridiana e serale, visto che abbiamo sempre riempito le tribune. Continuità anche alla sfilata delle squadre per l'isola pe-

donale per la cerimonia inaugurale». —

Federico Franchin



Un'azione di gioco

Testata: Il Gazzettino di Padova
Data: 15.07.2019

IL GAZZETTINO

Torneo di calcio giovanile: un milione di utenti sul web e arrivano le donne

ABANO

L'ultima edizione del Torneo Internazionale di Calcio Giovanile Città di Abano Terme ha registrato numeri da record per quanto riguarda visibilità e promozione dell'evento e del territorio abanense. I principali dati che testimoniano il successo della manifestazione 2019, svoltasi dal 15 al 19 maggio scorsi, registrano 76 articoli pubblicati, 395 post sui social, 3.891 nuovi followers, e ben 1.072.471 utenti unici che hanno visualiz-

zato almeno un contenuto del Torneo. A questo quadro di possono aggiungere 341.389 minuti di visualizzazione delle dirette streaming e 44.076 visualizzazioni dei 10 match trasmessi. Il Torneo è riuscito a raggiungere una visibilità mondiale grazie alla diffusione di contenuti pubblicati nei social network in più di 6 lingue diverse e alla condivisione degli stessi da parte degli appassionati di calcio di ogni fascia di età.

Le squadre partecipanti, attraverso un questionario di valutazione e gradimento consegnato al termine dell'evento, si sono complimentate per l'eccellente organizzazione e per la qualità delle strutture ricettive

e degli impianti sportivi. Le formazioni che non conoscevano la Città di Abano Terme hanno dichiarato che la consiglierebbero come meta turistica, mentre le altre hanno manifestato la volontà di ritornare. «Sono dati che confermano quanto il Torneo sia un evento, oltre che sportivo anche di promozione turistica - commenta l'assessore allo sport e al turismo Francesco Pozza - sono già numerose le richieste di partecipazione alla prossima edizione 2020, nella quale sarà prevista una maggior presenza del calcio femminile. Nell'edizione passata, infatti, abbiamo inserito per la prima volta un quadrangolare di calcio femminile. Dopo gli

splendidi mondiali disputati dalla nazionale italiana di calcio femminile, e perché è un movimento in grande continua crescita, riteniamo giusto riservargli un maggior rilievo».

Al.Ma.

Testata: Spot & Web

Data: 15.07.2019

[Link alla notizia](#)

SPOT and WEB

YAK Agency al fianco di Südtirol Dolomiti Superbike

15 luglio 2019



Produzione di contenuti fotografici e video, gestione della relazione con gli sponsor per la comunicazione digital e Social Media Management. In tre lingue (italiano, inglese e tedesco) sono le attività che **YAK Agency** ha curato per **Südtirol Dolomiti Superbike** per il secondo anno consecutivo, in occasione della 25ª edizione di una tra le più grandiose competizioni di mountain bike d'Europa.



Gli artigiani delle scarpe: tradizione di ieri e quella di domani
Volasco



La salute incontra la giusta protezione.
Unibred.it



Scopri l'autentico yogurt greco
Yogurt greco Mevgel



Fino all'8 ottobre, su Unieuro #PassioneCase ti aiuta a rivelare casa tua!
Unieuro



Smartcover è una mascherina riutilizzabile che utilizza nanotecnologia
Smart Cover S

Powered by #Outbrain IT

È partita sabato 13 luglio da Villabassa, nel cuore delle Dolomiti, la gara che ogni anno dal 1995 coinvolge oltre 4500 bikers tra professionisti della mountain bike e ciclisti amatoriali, provenienti per questa edizione da 42 nazioni nel mondo, comprese Australia e Mozambico. Gli atleti hanno potuto scegliere tra due percorsi, impegnativi ma unici nel loro genere: di 113 km e 3.357 metri di dislivello, e di 60 km con un dislivello di 1.785 metri.

YAK Agency ha curato la comunicazione social dell'evento nei mesi di preparazione alla gara, con un duplice mandato. In ottica di marketing e comunicazione, l'agenzia ha lavorato su brand awareness, promozione delle iscrizioni, valorizzazione delle sponsorship dell'evento e coordinamento degli efforts degli enti di promozione del territorio. Dal lato event management, YAK Agency ha gestito i canali di comunicazione per fornire agli atleti tutte le informazioni tecnico-organizzative (hospitality, merchandising, programma) e presentare i top riders in gara.

Durante la competizione, il team di **YAK Agency** ha raccontato live lo svolgimento della corsa e di tutti gli eventi collaterali in programma (come lo Junior Trophy, la gara di mountain bike riservata ai giovanissimi tra i 3 e i 16 anni d'età). Giornalisti, fotografi e videomakers dell'agenzia hanno raccolto storie e testimonianze dei protagonisti e creato contenuti esclusivi sui campioni (Martin Stošek e Mara Fumagalli vincitori della 113 km) e sugli ospiti presenti alla gara (tra gli altri, Renato Di Rocco Presidente della F.C.I., Federazione Ciclistica Italiana).

"È una grande soddisfazione continuare a curare la comunicazione di una gara così spettacolare e di un evento storico che coinvolge e appassiona moltissimi players." - dichiara Marco Dalla Dea, Managing Partner & PR Director di YAK Agency - Ancora una volta, il team ha accolto la sfida con entusiasmo e ha lavorato in sinergia con gli sponsor della manifestazione e gli enti del territorio per il coordinamento degli efforts di comunicazione, confermandosi un punto di riferimento per right holders, brand ed atleti di eventi sportivi".

Testata: Media Key
Data: 15.07.2019
[Link alla notizia](#)



YAK Agency ancora al fianco di Südtirol Dolomiti Superbike



Produzione di contenuti fotografici e video, gestione della relazione con gli sponsor per la comunicazione digital e Social Media Management in tre lingue (italiano, inglese e tedesco) sono le attività che **YAK Agency** ha curato per **Südtirol Dolomiti Superbike** per il secondo anno consecutivo, in occasione della 25^a edizione di una tra le più grandiose competizioni di mountain bike d'Europa. È partita sabato 13 luglio da Villabassa, nel cuore delle Dolomiti, la gara che ogni anno dal 1995 coinvolge oltre 4500 bikers tra professionisti della mountain bike e ciclisti amatoriali,

provenienti per questa edizione da 42 nazioni nel mondo, comprese Australia e Mozambico. Gli atleti hanno potuto scegliere tra due percorsi, impegnativi ma unici nel loro genere: di 113 km e 3.357 metri di dislivello, e di 60 km con un dislivello di 1.785 metri.

YAK Agency ha curato la comunicazione social dell'evento nei mesi di preparazione alla gara, con un duplice mandato. In ottica di marketing e comunicazione, l'agenzia ha lavorato su brand awareness, promozione delle iscrizioni, valorizzazione delle sponsorship dell'evento e coordinamento degli efforts degli enti di promozione del territorio. Dal lato event management, YAK Agency ha gestito i canali di comunicazione per fornire agli atleti tutte le informazioni tecnico-organizzative (hospitality, merchandising, programma) e presentare i top riders in gara.

Durante la competizione, il team di **YAK Agency** ha raccontato live lo svolgimento della corsa e di tutti gli eventi collaterali in programma (come lo Junior Trophy, la gara di mountain bike riservata ai giovanissimi tra i 3 e i 16 anni d'età). Giornalisti, fotografi e videomakers dell'agenzia hanno raccolto storie e testimonianze dei protagonisti e creato contenuti esclusivi sui campioni (Martin Stošek e Mara Fumagalli vincitori della 113 km) e sugli ospiti presenti alla gara (tra gli altri, Renato Di Rocco Presidente della F.C.I., Federazione Ciclistica Italiana).

“È una grande soddisfazione continuare a curare la comunicazione di una gara così spettacolare e di un evento storico che coinvolge e appassiona moltissimi players.” - dichiara Marco Dalla Dea, Managing Partner & PR Director di YAK Agency - Ancora una volta, il team ha accolto la sfida con entusiasmo e ha lavorato in sinergia con gli sponsor della manifestazione e gli enti del territorio per il coordinamento degli efforts di comunicazione, confermandosi un punto di riferimento per right holders, brand ed atleti di eventi sportivi” .

Testata: Sport Business Management
Data: 18.07.2019
[Link alla notizia](#)



Yak Agency ancora al fianco di Südtirol dolomiti Superbike

MARKETING Published On 7/18/2019 – By [Giuseppe Berardi](#)

L'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin ha curato la comunicazione della 25° edizione di Südtirol Dolomiti Superbike, una delle manifestazioni di Mtb più partecipate al mondo.



Produzione di contenuti fotografici e video, gestione della relazione con gli sponsor per la comunicazione digital e Social Media Management in tre lingue (italiano, inglese e tedesco) sono le attività che YAK Agency ha curato per Südtirol Dolomiti Superbike per il secondo anno consecutivo, in occasione della 25ª edizione di una tra le più grandiose competizioni di mountain bike d'Europa.

È partita sabato 13 luglio da Villabassa, nel cuore delle Dolomiti, la gara che ogni anno dal 1995 coinvolge oltre 4500 bikers tra professionisti della mountain bike e ciclisti amatoriali, provenienti per questa edizione da 42 nazioni nel mondo, comprese Australia e Mozambico. Gli atleti hanno potuto scegliere tra due percorsi, impegnativi ma unici nel loro genere: di 113 km e 3.357 metri di dislivello, e di 60 km con un dislivello di 1.785 metri.

YAK Agency ha curato la comunicazione social dell'evento nei mesi di preparazione alla gara, con un duplice mandato. In ottica di marketing e comunicazione, l'agenzia ha lavorato su brand awareness, promozione delle iscrizioni, valorizzazione delle sponsorship dell'evento e coordinamento degli efforts degli enti di promozione del territorio. Dal lato event management, YAK Agency ha gestito i canali di comunicazione per fornire agli atleti tutte le informazioni tecnico-organizzative (hospitality, merchandising, programma) e presentare i top riders in gara.

Durante la competizione, il team di YAK Agency ha raccontato live lo svolgimento della corsa e di tutti gli eventi collaterali in programma (come lo Junior Trophy, la gara di mountain bike riservata ai giovanissimi tra i 3 e i 16 anni d'età). Giornalisti, fotografi e videomakers dell'agenzia hanno raccolto storie e testimonianze dei protagonisti e creato contenuti esclusivi sui campioni (Martin Stošek e Mara Fumagalli vincitori della 113 km) e sugli ospiti presenti alla gara (tra gli altri, Renato Di Rocco Presidente della F.C.I., Federazione Ciclistica Italiana).

06. Agosto

Testata: Telenuovo Retenord -TG Padova
Data: 9.08.2019



Testata: Il Gazzettino di Padova
Data: 9.08.2019

IL GAZZETTINO

I "bigoli di Monterosso" chiamati a promuovere la città e il territorio

ABANO

I bigoli di Monterosso, piatto tipico di Abano Terme con tanto di denominazione comunale d'origine (Dc.C.O.), chiamati a promuovere la città e il territorio.

Presentato ieri il logo attraverso il quale il prodotto tipico sarà distribuito e commercializzato. Annuncianti tre accordi con pastifici artigianali che potrebbero portare i "bigoli al torchio" sulle tavole del mondo da Parigi come a New York. Un anno di lavoro del comitato tecnico scientifico istituito per l'individuazione del piatto tipico per arrivare al punto di partenza del logo. Non va dimenticato l'apporto dei custodi della tradizione dei bigoli, ovvero i membri del comitato organizzatore della "Sagra dei Bigoli di Monterosso" che quest'anno si svolgerà dal 22 al 27 agosto.

«Dagli studi etnografici che sette

turisti su dieci si muovono accompagnati dall'idea di perseguire un turismo enogastronomico basato sui prodotti tipici locali - ha detto il sindaco Federico Barbicanto - da qui abbiamo avviato il percorso condiviso che ha individuato nei Bigoli di Monterosso il prodotto che potesse diventare il nostro piatto tipico». Il logo, quindi, per valorizzarli, per creare un vero e proprio brand. Il logo rappresenta un torchio stilizzato, sono di bronzo quelli utilizzati per la realizzazione dei bigoli a Monterosso, concepito dalla agenzia Yak di Padova.

«Tre pastifici artigianali - ha continuato il sindaco Barbicanto - sono pronti a produrli e commercializzarli. Si tratta di realtà consolidate come la Ghirlandina di Abano Terme, La Castellina dell'Amena di Padova e Artusi di Casabertigo e Piazza della Frutta a Padova».

Una commercializzazione,

ha spiegato il titolare del pastificio Artusi che potrà avvenire nel 2020. C'è da studiare come realizzare i bigoli nel modo più aderente alla ricetta originale, come conservarli, creare una confezione accattivante e funzionale. Poi, grazie ai rapporti commerciali degli stessi pastifici, potranno arrivare in tutto il mondo. «Possiamo diventare un brand nuovo e "gustoso", una sorta di ambasciatore turistico - ha detto il giornalista enogastronomico e membro del comitato tecnico Renato Malzani - essere venduti negli alberghi, o diventare l'omaggio al turista che parte, o i protagonisti di show cooking in hotel o cooking experience accanto agli chef degli hotel. Se una rivista austriaca e una tedesca hanno già dedicato un servizio ai bigoli di Monterosso, significa che l'idea piace e soprattutto il prodotto e la sua storia piacciono. Le associazioni di categoria ci credano fino in

fondo il marchio è di tutti ed è a disposizione». La prima uscita pubblica del logo avverrà il 22 agosto in occasione dell'apertura della "Sagra dei Bigoli di Monterosso».

L'appuntamento di quest'anno sarà importante anche per la ricorrenza del 30. anniversario della manifestazione.

Alessandro Mantovani



Il logo La presentazione del logo dei bigoli di Monterosso

Testata: Il Mattino di Padova
Data: 09.08.2019

il ^{di Padova} mattino

ABANO TERME

Sono i bigoli il piatto tipico ecco il logo e l'immagine

ABANO TERME. Ad un anno di distanza dall'idea di individuare un piatto tipico in grado di rappresentare la città di Abano ed essere presente negli hotel, ristoranti e attività del territorio, il sindaco di Abano Federico Barbierato, accompagnato dal vicesindaco Francesco Pozza, ha presentato ieri a Villa Bassi il logo e i materiali ufficiali con cui sarà promosso e distribuito il celebre piatto.

Questo percorso ha visto il prezioso supporto dei membri del comitato tecnico scientifico istituito per l'individuazione del piatto tipico e composto dal giornalista enogastronomico Renato Malaman, dal dirigente dell'Istituto Pietro d'Abano Carlo Marzolo, dal presidente dell'As-

sociazione Cuochi Terme Euganee Filippo Bondi e dal presidente Amira Veneto Lorenzo Demareo.

Non è mancata, inoltre, la saggezza dei custodi della tradizione dei bigoli ovvero i membri del comitato organizzatore della "Sagra dei Bigoli di Monterosso". «Dagli ultimi studi emerge che sette turisti su dieci si muovono accompagnati dall'idea di perseguire un turismo enogastronomico basato sui prodotti tipici locali», spiega il sindaco Federico Barbierato. «Da qui abbiamo avviato, circa un anno fa, un ragionamento condiviso individuando nei Bigoli di Monterosso il piatto tipico». L'idea di promuovere i "Bigoli di Monterosso" attraverso un logo ed

un'immagine coordinata nasce quindi per valorizzare il prodotto. La realizzazione del logo è stata curata dall'agenzia Yak di Padova che, partendo dall'immagine del torchio - strumento in bronzo utilizzato per la realizzazione dei bigoli - e attraverso la stilizzazione di questo simbolo ha reso un logo che fosse graficamente accattivante. «La presentazione del marchio si proietterà ora nel marketing turistico, coinvolgendo albergatori, ristoranti, botteghe specializzate, enti di promozione turistica. Per ultimi i pastai con l'adesione entusiasta di tre consolidate realtà come la Ghirlandina di Abano, La Casalinga dell'Amena di Padova e Artusi di Casalerugo e Piazza del-

la Frutta a Padova. «I bigoli, la cui ricetta è patrimonio dei maestri della pasta della sagra di Monterosso, possono diventare un nuovo brand. Si pensi ad esempio alla vendita negli alberghi o l'omaggio al turista che parte, o i protagonisti di show cooking in hotel o cooking experience accanto agli chef degli hotel», dichiara il giornalista Malaman. La prima uscita pubblica avverrà alla "Sagra dei Bigoli di Monterosso", in programma dal 22 al 27 agosto. Per l'occasione sarà prodotto un piatto nuovo: il bigolo verde agli spinaci condito con sugo di pomodoro ciliegino e basilico. —

Federico Franchin



La presentazione del logo dei bigoli di Monterosso

07. Settembre

Testata: Padovano Magazine

Data: 08.09.2019

[Link alla notizia](#)

PADOVANO MAGAZINE



08/09/2019 18:00

Smile Run 2019

PUBBLICATO IL 5 SETTEMBRE 2019

Di corsa per regalare un sorriso ai bambini di oncematologia pediatrica di Padova!

Partenza e arrivo in Prato della Valle con due percorsi nel cuore della città: uno di 5 km e uno di 10 km: si chiama SMILE RUN ed è la corsa non competitiva in programma a Padova domenica 8 settembre, per regalare un sorriso ai bambini affetti da gravi forme di tumori e leucemie.

I proventi dell'evento (10 € di quota di iscrizione a persona) saranno interamente devoluti a "Team for Children ONLUS" e "L'isola che c'è ONLUS", per sostenere i loro progetti nel reparto di Oncematologia Pediatrica e presso l'Hospice Pediatrico di Padova. Aperta alle persone di ogni età e livello di preparazione, SMILE RUN sarà un'occasione di incontro e divertimento per tutti: bambini, giovani, famiglie che potranno partecipare ad una giornata di sport e beneficenza.

Le Charity

Ogni partecipante a SMILE RUN contribuirà con la sua iscrizione a sostenere i progetti di "Team for Children ONLUS" e "L'isola che c'è ONLUS".

Team for Children ONLUS dal 2009 collabora con i medici e il personale del reparto di Oncematologia Pediatrica di Padova per dare un aiuto concreto ai piccoli pazienti e alle loro famiglie. Al supporto quotidiano in reparto, negli anni Team for Children ha aggiunto l'impegno nella realizzazione di importanti progetti e iniziative.

Nata da un'idea di alcuni genitori i cui figli sono stati seguiti nell'Hospice Pediatrico di Padova "Casa del Bambino", L'isola che c'è ONLUS si pone come obiettivo la realizzazione di progetti volti al miglioramento della qualità della vita dei bambini e delle loro famiglie.

Il percorso

La corsa avrà inizio alle 18:00 in Prato della Valle, dove è previsto il servizio guardaroba per tutti i partecipanti. Due i percorsi nel cuore della città: 10 km e 5 km, entrambi con arrivo in Prato della Valle, dove si svolgeranno i festeggiamenti e le premiazioni di rito. Lungo il percorso e al termine della gara saranno presenti i punti ristoro offerti dai supermercati Pam, main sponsor dell'evento.

Entrambi gli itinerari, che si snoderanno nel centro storico di Padova, sono consultabili sul sito della corsa e scaricabili in formato gpx.

La manifestazione si svolgerà in qualsiasi condizione meteorologica.

SMILE Village

Dalle ore 16:00 in Prato della Valle sarà allestito lo SMILE Village: food truck, musica e intrattenimento faranno compagnia ai partecipanti prima, durante e dopo la corsa.

Il popolo della SMILE RUN sarà capitanato da Moreno Morello, celebre per le sue corse a "Striscia la Notizia"; l'animazione sarà a cura di Radio Padova. Ha già confermato la sua presenza anche Mauro Bergamasco, campione padovano e internazionale di rugby.

Iscrizioni e pacco corsa

Il costo di iscrizione è di 10 € a persona. È già possibile iscriversi online sul sito www.smilerun.it o fisicamente nei negozi partner dell'evento: Non Solo Sport Gallery (via Roma), Padova (via Venezia), Albignasego (Ipercity) e Sarmeola. È possibile iscriversi anche presso la sede di Team for Children ONLUS in via Giuseppe Fortin.

In alternativa, sarà possibile iscriversi anche la mattina di domenica 8 settembre, a partire dalle 10:00, presso i desk situati in Prato della Valle.

Prima ci si iscrive, meglio è: per i primi 1.500 iscritti è garantito uno speciale pacco corsa contenente coupon, gadget e snack offerti dagli sponsor, oltre all'esclusiva maglietta tecnica SMILE RUN, in cui è raffigurata una delle opere più celebri dell'artista padovano Alessio B.

Testata: Padova Oggi

Data: 09.09.2019

[Link alla notizia](#)

PADOVA OGGI

Sport

Smile Run, in 1640 per sostenere progetti nel reparto di Oncoematologia Pediatrica

Una "marea gialla" ha invaso le strade di Padova: sono stati 1640 i runner che si sono dati appuntamento in Prato della Valle e hanno corso la Smile Run, la corsa per regalare un sorriso ai bambini affetti da gravi forme di tumori e leucemie

Redazione
09 SETTEMBRE 2019 11:07



I più letti di oggi

-  1 Alex Zanardi, nuovo bollettino medico: "Iniziali segni di interazione, ma quadro clinico complesso"
-  2 Crisenti sugli stadi: «Riaprire ora è da irresponsabili. Priorità è la scuola»
-  3 Mra, "no contest" e polemiche per l'incontro del padovano Loticero in terra tedesca
-  4 Un primo atto da dimenticare: sconfitta casalinga per il Padova contro l'Imolese

Una "marea gialla" ha invaso le strade di Padova: sono stati 1640 i runner che si sono dati appuntamento in Prato della Valle e hanno corso la Smile Run, la corsa per regalare un sorriso ai bambini affetti da gravi forme di tumori e leucemie. In tutto sono stati raccolti e donati 16.400 euro, divisi equamente tra Team for Children Onlus e L'isola che c'è Onlus, per sostenere i loro progetti nel reparto di Oncoematologia Pediatrica e presso l'Hospice Pediatrico di Padova.



MAATMOX
ESPERIENZE FORMATIVE

Accresci ora
le tue competenze

Contributo

Grazie al contributo di YAK Agency (organizzatrice della corsa) e agli sponsor che hanno coperto i costi della manifestazione (Pam Panorama Spa, Antenore Energia, Alifax e McFIT), infatti, tutte le quote di iscrizione (10 euro a persona) sono state devolute alle due associazioni benefiche. La corsa ha preso il via in Prato della Valle e si è sviluppata nel cuore della città attraverso due percorsi: 10 km e 5 km, entrambi con arrivo in Prato della Valle, dove si sono svolti i festeggiamenti e le premiazioni di rito.

Moreno Morello

Capitanati da Moreno Morello, i 1640 partecipanti a questa prima edizione hanno colorato di giallo le strade di Padova: tra loro famiglie, bambini, gruppi podistici e tantissimi appassionati che hanno voluto dare il proprio contributo alla causa. Prima della corsa, sul palco dello Smile Village, sono salite la Presidente di Team for Children onlus Chiara Girello Azzena e la Presidente de L'isola che c'è Stefania Bettin, per spiegare i loro progetti e ringraziare i runner: "Grazie di cuore a tutti coloro che hanno raccolto il nostro appello e sono venuti a correre con noi: siamo emozionati e grate a tutti coloro che hanno partecipato a questa bellissima giornata di sport, divertimento e solidarietà".

Risultato

Felici del risultato anche Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea di YAK Agency, agenzia di comunicazione specializzata in sport, turismo e retail che ha organizzato l'evento: «Siamo davvero contenti di aver realizzato tutto questo: vogliamo ringraziare i nostri sponsor, i volontari e tutti i partecipanti che hanno creduto in questo bel progetto. Per noi è una gioia poter aiutare i giovani guerrieri di Oncematologia Pediatrica e dell'Hospice Pediatrico nella loro battaglia: è per loro che facciamo tutto questo. Ci vediamo l'anno prossimo, per la seconda edizione della SMILE RUN».



Testata: Media Key

Data: 10.09.2019

[Link alla notizia](#)



GRUPPO EDITORIALE MEDIA KEY

SMILE RUN 2019: la corsa benefica di YAK Agency dona 16.400 euro ai piccoli guerrieri di Padova



Padova, 10.09.2019 - 1640 corridori, 2 percorsi a disposizione (5 e 10 km) e oltre 16.000 euro raccolti: questi i numeri della prima edizione di SMILE RUN, la corsa benefica non competitiva che si è tenuta ieri, domenica 8 settembre, in Prato della Valle a Padova, per iniziativa di YAK Agency e Charity Running ASD, con il sostegno di Pam Panorama Spa, Antenore Energia, Alifax e McFIT. Un'onda gialla di persone di ogni età e livello di preparazione ha partecipato alla giornata di sport e beneficenza contribuendo, con una quota di iscrizione di 10 €, alla raccolta di proventi per regalare un

sorriso ai bambini affetti da gravi forme di tumori e leucemie, e sostenere così i progetti di due ONLUS locali, "Team for Children" e "L'isola che c'è", che operano nel Reparto di Oncoematologia Pediatrica e presso l'Hospice Pediatrico di Padova.

CORSA, GADGET E DIVERTIMENTO PER TUTTI

L'evento, patrocinato da Provincia di Padova, Comune di Padova, Camera di Commercio di Padova, Azienda Ospedaliera di Padova, Centro Servizio Volontariato di Padova, Croce Verde Padova e Padova Capitale del Running, e rientrante tra i progetti di Padova Capitale Europea del Volontariato, è stata un'occasione di incontro e divertimento per tutti: bambini, giovani e famiglie che, oltre alla corsa, hanno potuto godere fin dal primo pomeriggio dell'intrattenimento musicale a cura di Radio Padova e dell'animazione per i più piccoli all'interno dello Smile Village. E ai primi 1.500 iscritti è stato regalato lo speciale pacco corsa contenente coupon, gadget e snack offerti dagli sponsor, oltre all'esclusiva maglietta tecnica SMILE RUN, in cui è raffigurata una delle opere più celebri dell'artista padovano Alessio-b.

CORRERE FA DEL BENE

I fondi raccolti dalle iscrizioni all'evento dedicato allo sport e alla solidarietà sono stati ripartiti tra le due Associazioni: 8.200 euro a Team for Children Onlus, che dal 2009 collabora con i medici e il personale del reparto di Oncoematologia Pediatrica di Padova per dare un aiuto concreto ai piccoli pazienti e alle loro famiglie, e che grazie a SMILE RUN potrà sostenere un nuovo progetto educativo riservato ai ragazzi adolescenti; e 8.200 euro a L'isola che c'è Onlus che, nata da un'idea di alcuni genitori i cui figli sono stati seguiti nell'Hospice Pediatrico di Padova "Casa del Bambino", oggi si pone come obiettivo la realizzazione di progetti volti al miglioramento della qualità della vita dei bambini e delle loro famiglie.

Il team di YAK Agency ha curato ogni aspetto della manifestazione, dall'organizzazione alla gestione dell'evento in loco, dalla direzione artistica alla realizzazione di tutti i materiali di comunicazione. "Siamo davvero contenti di aver coinvolto tanti cittadini in una giornata di festa nel cuore della nostra città per contribuire tutti insieme a un unico, grande obiettivo benefico - dichiarano Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea, Managing Partner dell'agenzia - "Abbiamo scelto di investire tempo e competenze del nostro team d'agenzia per ideare un evento in grado di unire sport e solidarietà e mettere il nostro lavoro e la nostra passione al servizio di chi ne ha realmente bisogno".

Testata: Padova Oggi
Data: 23.09.2019
[Link alla notizia](#)

PADOVA OGGI

Sport

Basket, nuova partnership con Yak Agency per la Virtus Padova

L'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin è stata incaricata dalla storica società sportiva padovana di valorizzare l'immagine della squadra e produrre contenuti multimediali



Gabriele Fusar Poli
23 SETTEMBRE 2019 16:17



Il playmaker della Virtus, Andrea Piazza, affiancato dai due founder Yak, Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin

Per la stagione 2019/20 sarà **YAK Agency** ad affiancare l'**Antenore Energia Virtus Padova** di basket nella gestione dell'area comunicazione della società. L'agenzia, dopo le prestigiose partnership collezionate negli ultimi mesi nell'event management e nella comunicazione sportiva, è stata incaricata di produrre contenuti multimediali con la presenza di un team dell'agenzia alle quindici partite che la squadra giocherà in casa, la realizzazione di contributi video sulle azioni di gioco e interviste esclusive ai giocatori. In questo avvio di stagione, l'agenzia sta già lavorando al restyling del design grafico dei canali social della squadra ed ha realizzato il design della divisa di gioco per la nuova stagione.

I più letti di oggi



1 Alex Zanardi, nuovo bollettino medico: "Iniziali segni di interazione, ma quadro clinico complesso"



2 Crisanti sugli stadi: «Riaprire ora è da irresponsabili. Priorità è la scuola»



3 Mimò, "no contest" e polemiche per l'incontro del padovano Locicero in terra tedesca



4 Un primo atto da dimenticare: sconfitto la casalinga per il Padova contro l'Imolese



Virtus Padova

Virtus Padova nasce nel 1975 per dare un significativo impulso all'attività sportiva del settore giovanile territoriale. Forte di una scuola tecnica di alto livello con allenatori giovani ma molto preparati, negli anni la società neroverde miete grandi successi con le squadre giovanili e lancia i suoi migliori virgulti nel basket professionistico, guadagnandosi la serie B con il basket maschile. Oggi la società, sponsorizzata da Antenore Energia, conta 900 atleti e 40 tecnici tra allenatori, assistenti e preparatori atletici, promuove gratuitamente l'attività sportiva nelle scuole e supporta un gruppo con atleti disabili e atleti normo dotati.



I commenti

Commenta Nicola Bernardi, direttore generale di Virtus Padova: «Siamo felici di ampliare la nostra famiglia e di creare nuove partnership con importanti realtà come YAK Agency che nascono a Padova ma che hanno uno sguardo addirittura su un mercato internazionale. Si tratta di un'azienda giovane e in crescita con cui condividiamo visione e valori, che nella prossima stagione ci darà un grande supporto per quanto riguarda la nostra area comunicazione. Un ulteriore passaggio che testimonia una volta di più la nostra volontà di crescita societaria ed espansione della nostra immagine su tutto il territorio padovano». Aggiungono Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, managing partners di YAK Agency: «La nuova partnership con Virtus Padova non è solo lavoro, è passione per lo sport. Da una parte, infatti, il nostro team potrà contribuire ad aumentare la visibilità della squadra grazie alla consolidata esperienza nella comunicazione sportiva; dall'altra, ci permetterà, ancora una volta, di metterci in gioco in prima linea al fianco di una società storica che con noi condivide, oltre a visione e valori, un importante legame con il territorio».

Testata: Sport Business Management

Data: 24.09.2019

[Link alla notizia](#)



Virtus Padova affida a YAK Agency la gestione della comunicazione

BASKET Published On 9/24/2019 – By [Giuseppe Berardi](#)



L'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin incaricata dalla storica società sportiva padovana di valorizzare l'immagine della squadra e produrre contenuti multimediali

Per la stagione 2019-2020 sarà YAK Agency ad affiancare Antenore Energia Virtus Padova nella gestione dell'area comunicazione della società. L'agenzia, dopo le prestigiose partnership collezionate negli ultimi mesi nell'event management e nella comunicazione sportiva, è stata incaricata di produrre contenuti multimediali con la presenza di un team dell'agenzia alle quindici partite che la squadra giocherà in casa, la realizzazione di contributi video sulle azioni di gioco e interviste esclusive ai giocatori. In questo avvio di stagione, l'agenzia sta già lavorando al restyling del design grafico dei canali social della squadra ed ha realizzato il design della divisa di gioco per la nuova stagione.

Virtus Padova nasce nel 1975 per dare un significativo impulso all'attività sportiva del settore giovanile territoriale. Forte di una scuola tecnica di alto livello con allenatori giovani ma molto preparati, negli anni la società neroverde miete grandi successi con le squadre giovanili e lancia i suoi migliori virgulti nel basket professionistico, guadagnandosi la serie B con il basket maschile. Oggi la società, sponsorizzata da Antenore Energia, conta 900 atleti e 40 tecnici tra allenatori, assistenti e preparatori atletici, promuove gratuitamente l'attività sportiva nelle scuole e supporta un gruppo con atleti disabili e atleti normo dotati.

«Siamo felici di ampliare la nostra famiglia e di creare nuove partnership con importanti realtà come YAK Agency che nascono a Padova ma che hanno uno sguardo addirittura su un mercato internazionale» commenta il Direttore Generale di Virtus Padova Nicola Bernardi. «Si tratta di un'azienda giovane e in crescita con cui condividiamo visione e valori, che nella prossima stagione ci darà un grande supporto per quanto riguarda la nostra area comunicazione. Un ulteriore passaggio che testimonia una volta di più la nostra volontà di crescita societaria ed espansione della nostra immagine su tutto il territorio padovano».

Testata: Media Key

Data: 23.09.2019

[Link alla notizia](#)

MK

GRUPPO EDITORIALE MEDIA KEY

Virtus Padova sceglie YAK Agency per supportare l'area comunicazione della società



Per la stagione 2019-2020 sarà YAK Agency (www.yakagency.com) ad affiancare Antenore Energia Virtus Padova (www.virtuspadova.it) nella gestione dell'area comunicazione della società. L'agenzia, dopo le prestigiose partnership collezionate negli ultimi mesi nell'event management e nella comunicazione sportiva, è stata incaricata di produrre contenuti multimediali con la presenza di un team dell'agenzia alle quindici partite che la squadra giocherà in casa, la realizzazione di contributi video sulle azioni di gioco e interviste esclusive ai giocatori. In questo

avvio di stagione, l'agenzia sta già lavorando al restyling del design grafico dei canali social della squadra ed ha realizzato il design della divisa di gioco per la nuova stagione.

Virtus Padova nasce nel 1975 per dare un significativo impulso all'attività sportiva del settore giovanile territoriale. Forte di una scuola tecnica di alto livello con allenatori giovani ma molto preparati, negli anni la società neroverde miete grandi successi con le squadre giovanili e lancia i suoi migliori virgulti nel basket professionistico, guadagnandosi la serie B con il basket maschile. Oggi la società, sponsorizzata da Antenore Energia, conta 900 atleti e 40 tecnici tra allenatori, assistenti e preparatori atletici, promuove gratuitamente l'attività sportiva nelle scuole e supporta un gruppo con atleti disabili e atleti normo dotati.

«Siamo felici di ampliare la nostra famiglia e di creare nuove partnership con importanti realtà come YAK Agency che nascono a Padova ma che hanno uno sguardo addirittura su un mercato internazionale» commenta il Direttore Generale di Virtus Padova Nicola Bernardi. «Si tratta di un'azienda giovane e in crescita con cui condividiamo visione e valori, che nella prossima stagione ci darà un grande supporto per quanto riguarda la nostra area comunicazione. Un ulteriore passaggio che testimonia una volta di più la nostra volontà di crescita societaria ed espansione della nostra immagine su tutto il territorio padovano».

«La nuova partnership con Virtus Padova non è solo lavoro, è passione per lo sport,» dichiarano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, Managing Partners di YAK Agency. «Da una parte, infatti, il nostro team potrà contribuire ad aumentare la visibilità della squadra grazie alla consolidata esperienza nella comunicazione sportiva; dall'altra, ci permetterà, ancora una volta, di metterci in gioco in prima linea al fianco di una società storica che con noi condivide, oltre a visione e valori, un importante legame con il territorio».

Testata: ADV Express

Data: 23.09.2019

[Link alla notizia](#)

ADVexpress 



Mercato

Virtus Padova sceglie Yak Agency per supportare l'area comunicazione

L'agenzia di cui Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin sono managing partners è stata incaricata dalla società sportiva padovana di valorizzare l'immagine della squadra e produrre contenuti multimediali. La sigla sta lavorando al restyling del design grafico dei canali social della squadra ed ha realizzato l'identity della divisa di gioco per la nuova stagione.

Nella stagione 2019-2020 sarà **YAK Agency** ad affiancare **Antenore Energia Virtus Padova** nella gestione dell'area comunicazione della società.

L'agenzia, dopo le partnership collezionate negli ultimi mesi nell'event management e nella comunicazione sportiva, è stata incaricata di **produrre contenuti multimediali** con la presenza di un team dell'agenzia alle quindici partite che la squadra giocherà in casa, la realizzazione di **contributi video** sulle azioni di gioco e **interviste esclusive ai giocatori**. In questo avvio di stagione, l'agenzia sta già lavorando al **restyling del design grafico dei canali social** della squadra ed ha realizzato il design della divisa di gioco per la nuova stagione.

Virtus Padova nasce nel **1975** per dare un impulso all'attività sportiva del settore giovanile territoriale. Oggi la società, sponsorizzata da Antenore Energia, conta **900 atleti e 40 tecnici** tra allenatori, assistenti e preparatori atletici, promuove gratuitamente l'attività sportiva nelle scuole e supporta un gruppo con atleti disabili e atleti normo dotati.

«Siamo felici di ampliare la nostra famiglia e di creare nuove partnership con importanti realtà come YAK Agency che nascono a Padova ma che hanno uno sguardo addirittura su un mercato internazionale» commenta il Direttore Generale di Virtus Padova **Nicola Bernardi**. «Si tratta di un'azienda giovane e in crescita con cui condividiamo visione e valori, che nella prossima stagione ci darà un grande supporto per quanto riguarda la nostra area comunicazione. Un ulteriore passaggio che testimonia una volta di più la nostra volontà di crescita societaria ed espansione della nostra immagine su tutto il territorio padovano».

Testata: Spot & Web
Data: 23.09.2019
[Link alla notizia](#)

SPOT and WEB

Virtus Padova sceglie Yak Agency per la comunicazione della società

23 settembre 2019



Per la stagione 2019-2020 sarà YAK Agency ad affiancare Antenore Energia Virtus Padova nella gestione dell'area comunicazione della società. L'agenzia, dopo le prestigiose partnership collezionate negli ultimi mesi nell'event management e nella comunicazione sportiva, è stata incaricata di **produrre contenuti multimediali** con la presenza di un team dell'agenzia alle quindici partite che la squadra giocherà in casa, la realizzazione di contributi video sulle azioni di gioco e interviste esclusive ai giocatori. In questo avvio di stagione, l'agenzia sta già lavorando al **restyling del design grafico dei canali social** della squadra ed ha realizzato il design della divisa di gioco per la nuova stagione.



Pesso e FIBRA a 29,90€ al mese e ricevi un BUONO SPESA di 100 euro! ESCLUSIVA VOSS/RE



La salute incontra la giusta protezione. Unire.it



Da marzo ne ho provate almeno 10 tipi. Finalmente quella giusta. SINCR COVERI



2 domeniche per trovare il siero ideale per la tua pelle. Clinix



Gli avvocati di maggior successo in Padova - Vedi l'elenco AVVOCATI IN ITALIA

Powered by @outbrain



Virtus Padova nasce nel 1975 per dare un significativo **impulso all'attività sportiva del settore giovanile territoriale**. Forte di una scuola tecnica di alto livello con allenatori giovani ma molto preparati, negli anni la società neroverde miete grandi successi con le squadre giovanili e lancia i suoi migliori vinti nel basket professionistico, **guadagnandosi la serie B con il basket maschile**. Oggi la società, **sponsorizzata da Antenore Energia**, conta 900 atleti e 40 tecnici tra allenatori, assistenti e preparatori atletici, promuove gratuitamente l'attività sportiva nelle scuole e supporta un gruppo con atleti disabili e atleti normo dotati.

Testata: Canali social - Facebook
Data: 23.09.2019

 **PadovaOggi**
15 h · 🌐

L'unione fa la forza! Virtus Basket Padova YAK Agency



PADOVAOGLI.IT

Basket, nuova partnership con Yak Agency per la Virtus Padova
L'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin è stata incaricata dalla storica società sportiva...

 **Virtus Basket Padova**
20 h · 🌐

Virtus Basket Padova 🤝 YAK Agency

Con l'intento di valorizzare ancor di più l'immagine della società, nasce la collaborazione con YAK Agency, agenzia padovana di comunicazione, specializzata nel mondo dello sport 🌐

🗣️ «Siamo felici di ampliare la nostra famiglia e di creare nuove partnership con importanti realtà di Padova come YAK Agency. Un ulteriore passaggio che testimonia una volta di più la nostra volontà di crescita societaria ed espansione della nostra immagine su tut... Altro...



VIRTUSPADOVA.IT

La Virtus sceglie YAK Agency per supportare l'area comunicazione
Commenta tramite il tuo account Facebook

Testata: Il Mattino di Padova
Data: 23.09.2019

di Padova il mattino

SERIE B

Rodaggio finito per la Virtus «Ma il gioco si vede a sprazzi»

Coach Rubini ammette: «Non siamo ancora la squadra che dovremmo essere»
Nel test con Ferrara si rivede Morgillo sul parquet dopo il lungo stop per infortunio

Mattia Rossetto

PADOVA. Metà partita di vera Virtus, in cui la squadra di Daniele Rubini ha mostrato di cosa è capace. L'altra metà un po' meno, ma bisogna considerare anche il valore dell'avversaria di categoria superiore. A poco più di una settimana dall'esordio nel campionato di Serie B 2019/2020, l'Antenore Energia Virtus Padova ha sostenuto il suo ultimo test, in vista della partenza di domenica prossima, ore 18, alla Kioene Arena, contro Varese: sabato, a Rubano, i neroverdi hanno onorato il loro storico vicepresidente scomparso lo scorso gennaio con la prima edizione del Memorial Gegè Papa, cedendo al Kleb Ferrara, compagne di Serie A/2 (64-74).

«Abbiamo visto due primi quarti veri da parte nostra», commenta coach Rubini.

«Abbiamo ottenuto utili indicazioni che ci han fatto capire quello che non funziona e che la fisicità degli avversari ha fatto emergere in maniera evidente. Ogni settimana stiamo muovendo un passo avanti, ma siamo ancora indietro nella costruzione di un gioco che ci veda sempre tutti quanti protagonisti, con la possibilità di essere maggiormente incisivi. Se ci mettiamo a passarci sempre di più la palla con le idee un po' più chiare, anche qualcuno che, in questo momento fatica ad avere il pallone in mano, nei momenti giusti riuscirà ad averlo, trasformandosi in una risorsa importantissima. Bisogna che ci caliamo di più nella parte e lavoriamo duro. Non siamo ancora la squadra che dovremmo essere».

La buona notizia per l'Antenore Energia Virtus Padova è il rientro di Ivan Morgillo do-

po un lungo stop dovuto a una caviglia che gli ha fatto saltare quasi tutta la preparazione. «Era importante rivenderlo in campo perché rischiava di diventare un oggetto misterioso», rileva Rubini. «Abbiamo cercato di dargli più minuti possibili sul parquet, affinché entrasse con la testa nel contesto agonistico».

Intanto, la società di via dei Tadi, che sta cercando di potenziare il proprio apparato anche nell'ottica di una futura promozione in A/2, ha siglato un accordo con Yak Agency: l'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin avrà il compito di valorizzare l'immagine della squadra e produrre contenuti multimediali, affiancando l'area comunicazione virtussina. «Siamo felici di ampliare la nostra famiglia e creare nuove partnership con importanti realtà come Yak Agency, che nasce a Padova ma che getta

uno sguardo addirittura su un mercato internazionale», osserva Nicola Bernardi, direttore generale della Virtus. «Si tratta di un'azienda giovane e in crescita con cui condividiamo visione e valori. Un ulteriore passaggio che testimonia una volta di più la nostra volontà di crescita societaria ed espansione della nostra immagine su tutto il territorio padovano».

**Firmato l'accordo
con la Yak Agency
per valorizzare
l'immagine del team**



Testata: Il Mattino di Padova
Data: 27.09.2019

il mattino^{di Padova}

Nuove maglie per l'Antenore domenica si parte contro Varese

Sempre in tema di De Nicolao c'è anche un cugino. Si tratta di Riccardo, figlio di "Pici", vice coach all'Antenore Energia Virtus Padova in Serie B. Sposato con Giulia, è appena diventato papà di Mattia. Intanto, ieri la società di via dei Tadi ha presentato le nuove divise di gioco disegnate da Yak Agency. Al negozio Derby Sport erano presenti i giocatori Francesco De Nicolao e Ruben Calò, Giovanni Cecolin di Yak Agency e Filippo Agostini, amministratore delegato di Antenore Energia. A fare gli

onori di casa per Derby Sport è stato Fausto Zaffignani. «Abbiamo cercato elementi capaci di rappresentare energia, aggressività e dinamicità», spiega Cecolin, «il logo dello sponsor è presente in modo imponente, accompagnato da triangoli che vogliono ricordare gli artigli del leone di Antenore». Domenica (ore 18 alla Kioene Arena) il debutto contro Varese. (m.r.)

08. Dicembre

Testata: Padova Oggi

Data: 05.12.2019

[Link alla notizia](#)

PUBBLI NOW! com

CREATIVITÀ E MARKETING ▾ MEDIA E MULTIMEDIA ▾ DIGITAL ▾ BELOW THE LINE ▾ AZIENDE E



Budget in movimento Digital

Erreà Sport riconferma Yak Agency alla comunicazione online

12 Dicembre 2019 Autore 0 Commenti

Sarà ancora Yak Agency a firmare la comunicazione social di Erreà Sport, brand italiano di abbigliamento tecnico sportivo, riconosciuto a livello mondiale per qualità e competenza nel calcio, volley, basket, rugby, running, tiro con l'arco e molti altri sport di squadra. Per il terzo anno consecutivo, l'agenzia guidata da Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin gestirà i canali social dell'azienda (Facebook, Instagram, Twitter) lavorando in italiano, inglese, francese e spagnolo per rispondere al carattere internazionale del brand, presente in oltre 2000 punti vendita in 80 Paesi. Dalla pianificazione editoriale alla strategia di investimenti pubblicitari, dal community management alla produzione di foto, video e materiale grafico, Yak Agency continuerà ad affiancare Erreà Sport per valorizzare i progetti dell'azienda: sponsorizzazioni, eventi sportivi, lancio di nuove linee prodotte da gara, rappresentanza e tempo libero.

Testata: La Gazzetta dello Sport
Data: 12.12.2019
[Link alla notizia](#)



Erreà Sport e YAK Agency ancora insieme nel 2020



Sarà ancora YAK Agency a firmare la comunicazione social di Erreà Sport, brand italiano di abbigliamento tecnico sportivo, nato nel 1988 e riconosciuto a livello mondiale per qualità, esperienza e competenza nel calcio, volley, basket, rugby, running, tiro con l'arco e molti altri sport di squadra.

Per il terzo anno consecutivo, l'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin gestirà i canali social dell'azienda (Facebook, Instagram, Twitter) lavorando in italiano, inglese, francese e spagnolo per rispondere al carattere internazionale del

brand, presente in oltre 2000 punti vendita in 80 Paesi nel Mondo.

Dalla pianificazione editoriale alla strategia di investimenti pubblicitari, dal community management alla produzione di foto, video e materiale grafico, YAK Agency continuerà ad affiancare Erreà Sport per valorizzare i progetti dell'azienda: sponsorizzazioni, eventi sportivi, lancio di nuove linee prodotto da gara, rappresentanza e tempo libero.

"La fiducia che Erreà Sport ripone nel nostro team è per noi un motivo di grande soddisfazione - affermano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, soci fondatori di YAK Agency - Siamo davvero contenti di poter mettere la nostra esperienza nella comunicazione sportiva al servizio di un'eccellenza del Made in Italy, che ogni anno continua a crescere e a sviluppare progetti innovativi. Nel 2020 non mancheranno nuove sfide: non vediamo l'ora di affrontarle insieme".

Testata: Padova Oggi
Data: 8.12.2019
[Link alla notizia](#)

PADOVA OGGI

Attualità

30 secondi di pura magia: il video spot del Natale a Padova

La campagna pubblicitaria di Natale a Padova 2019 è stata realizzata da Yak Agency per il Comune di Padova - Assessorato al commercio e alle attività produttive

PO Gabriele Pucar Poni
26 DICEMBRE 2019 14:17



Un frame del video di "Natale a Padova"

Luci ovunque, uno spettacolo di marionette e una bambina che... No, non possiamo svelarvi il finale. Quindi prendetevi 30 secondi liberi ed emozionatevi con la campagna pubblicitaria di "Natale a Padova 2019", realizzata da Yak Agency per il Comune di Padova - Assessorato al commercio e alle attività produttive.

I più letti di oggi

- 1 Formaggi a Villa Contarini, giardini aperti, visite, spettacoli e sagre: il weekend a Padova
- 2 Le migliori pizzerie d'Italia? Una è anche in provincia di Padova
- 3 Università di Padova, tamponi salivari: boom di adesioni al monitoraggio
- 4 Chiusura gelateria "Al Bancale", Bressa: «Un dispiacere per tutti, ma gli aiuti ci sono»

Giga Network™ Fibra
a 29,90€ TUTTO INCLUSO
+ BONUS SPESA 100€



Testata: Il Gazzettino di Padova
Data: 9.12.2019

PADOVA OGGI

Politica

Natale 2019, anche il tram si veste a festa

Bressa: ««Ogni giorno una novità per il Natale a Padova per continuare a stupire e attrarre l'attenzione sulle iniziative in campo»

PO Redazione
08 DICEMBRE 2019 16:51



I più letti di oggi

- 1 Il Parco Colli e il pasticcio delle dimissioni del Presidente candidato alla Regione
- 2 Permuto Iris-Piazzale Boschetti, Giordani: «Triplichiamo il Parco per una città sempre più verde»
- 3 Maschere obbligatorie in centro? Giordani studia il modello Bologna
- 4 Asilo Notturno, Giordani e Nalini: «Isolate focolaio, i negativi trasferiti all'ex Gabellini»

Anche il tram si veste a festa in questi giorni che ci separano dal Natale. Una iniziativa che spiega l'assessore al commercio, Antonio Bressa: «Ogni giorno una novità per il Natale a Padova per continuare a stupire e attrarre l'attenzione sulle iniziative in campo. Da domenica 8 dicembre è in circolazione un tram molto speciale, completamente personalizzato con le immagini della campagna di comunicazione natalizia, per alleare simbolicamente il mondo del commercio e delle attività economiche con la mobilità sostenibile. Il mezzo rosso contribuirà così a creare la giusta atmosfera in città. Per la realizzazione dobbiamo ringraziare Promex - Azienda Speciale CCIAA di Padova e YAK Agency».

L'azienda che fa il Conto

L'azienda che fa il Conto

L'azienda che fa il Conto



Testata: Il Mattino di Padova
 Data: 9.12.2019

IL GAZZETTINO

Il metrobus cittadino con una "livrea" pensata per le imminenti festività

Babbo Natale sale e il tram si trasforma

L'INIZIATIVA

PADOVA Un tram vestito a festa quello che ha esordito ieri e farà servizio per tutto il periodo natalizio fino all'8 gennaio. Il serpente blu si è vestito di rosso, bianco, brillanti stelle dorate, verdi sbocci e profili dei luoghi simbolo della città stilizzati dalle cupole del Santo al Palazzo della Ragione imbiancato passando dalle luminarie di Prato della Valle fino ai portici affollati. Il mezzo novità per la città, è stato presentato ieri dall'assessore Antonio Bressa con Andrea Ragosa presidente Busitalia, Roberto Boschetto presidente Conforteggiamento e Franco Conzato direttore Promex-Comercia.

SIMBOLO

«Quello del 2019 è un Natale che porta una novità al gioco per tenere alta l'attenzione sulle iniziative natalizie ed il tram personalizzato aggiunge un elemento attrattivo in più di magia natalizia in città - spiega Bressa - È il simbolo di una città dinamica ed europea, che sfrutta la mobilità sostenibile».

Conzato ricorda che si tratta del secondo anno che Promex collabora al Natale della città. «Il tram è visto come oggetto che te-

gna tutta la città, un elemento importante di inclusione - dice Conzato - lo riteniamo un mezzo di comunicazione adeguato ed utilizzabile oltre al Natale, un progetto frutto del lavoro di squadra tra pubblico e privato». Soddisfatto Boschetto, che conta lo slogan

per l'iniziativa: "Far viaggiare l'economia. In un momento di crisi per le categorie economiche".

A raccontare la nascita del "tram di Natale" Giovanni Ceccolli, direttore creativo di Yak Agency, «Stiamo coordinando tutte le iniziative natalizie a Padova, il nostro studio è alla Frenacci Morandi quindi dalla nostra finestra vediamo il tram ogni giorno - afferma - Abbiamo quindi pensato un volto nuovo e allegro per tutta la città. A Natale il tram cambia pelle e porta l'atmosfera delle feste attraversando tutta la città. Si tratta della prima volta per Padova e auspichiamo si apra una nuova epoca per la comunicazione locale. Volevamo fare le cose in grande, quindi non ci siamo limitati ad uno spazio pubblicitario ma abbiamo pensato ad un "wrapping" totale che rivestisse tutto il mezzo: siamo sicuri che questo tram non passerà inoscer-

vato».

Il viaggio inaugurale ha visto ieri un passeggero di eccezione: Babbo Natale, accompagnato da un allegro banda di aiutanti che, dal capolinea della Guizza, ha intrattenuto i passeggeri fino a Prato della Valle con allegre musiche. Alle 14,45 il rosso e sbiancato mezzo è arrivato alla fermata di un Prato della Valle già affollato dalle tante persone che si aggiravano tra i banchi del mercato straordinario.

LETTERINA

Musici e Babbo Natale sono scesi attirando da subito l'attenzione dei bambini, che si sono avvicinati al vecchietto vestito di rosso per toccare la sua caratteristica barba bianca, scattare una foto, raccontare i loro desideri e annunciare le loro letterine con i regali da trovare sotto l'albero la mattina del 25. Babbo Natale, ha accolto i piccoli ascoltando tutti e ha distribuito dolcetti e frutta secca. Poi, accompagnato dalla musica dei suoi aiutanti, si è incamminato lungo via Borna, fermandosi con i tanti bambini che incontrava, ma festeggiato anche dagli adulti. La sua meta, il mercatino di Natale allestito in piazza Eremitani.

Questa non è stata l'unica ser-

vena per i padovani che ieri si trovavano in centro storico. La Fanfara dei Bersaglieri, sciolta "Achille Formis", infatti, percorrendo via Umberto I è arrivata sul Lintan per toccare poi le piazze Conzato, dei Signori, della Frutta e delle Erbe, a passo di corsa come da tradizione, ma inframazzando la sfilata con alcune soste, davanti le quali la Fanfara ha offerto ai tutti i cittadini brevi concerti, molto applauditi.

Luisa Morbiato

► Presentato ieri, il mezzo circolerà fino all'8 gennaio



Testata: Padova Oggi
Data: 8.12.2019
[Link alla notizia](#)

di Padova il mattino

Arriva il tram delle Feste È rosso, con la musica e porta Babbo Natale

Se ne sono accorti già ieri pomeriggio gli utenti dei 15 tram, che hanno viaggiato sui 10,5 km tra il capolinea nord di Pontevigodarzere a quello sud della Guizza. Il tram numero 9 di Busitalia Veneto non ha il colore blu Giotto di tutti gli altri, ma gira per la città con una nuova casacca rossa, realizzata dall'artista Ale Giorgini su progetto dell'agenzia Yak, guidata dai giovani imprenditori Marco Della Dea e Giovanni Ceccolin. Un tram natalizio, addobbato con una grafica particolare in cui sono evidenziate le forme delle cupole del Santo, del Palazzo della Ragione, delle luminarie di Prato della Valle e dei portici del centro e dove all'interno sono diffuse anche

le musiche ed i canti natalizi. Una soluzione che ricorda la specificità del Natale a Padova, diventata, negli ultimi anni, una delle grandi e medie città della penisola più frequentata dai turisti italiani e stranieri. Ieri mattina, alle 11, il tram in livrea rossa, è stato presentato alla stampa alla presenza del presidente e del dirigente tecnico di Busitalia, Andrea Ragona ed Alberto Cavallini, dell'assessore al commercio Antonio Bressa, del presidente dell'Upa Roberto Boschetto e di Franco Conzato, direttore Promex della Camera di Commercio. «Questa del tram rosso è una vera chicca all'interno del variegato panorama del Natale a Padova», ha detto Bressa, «Ogni giorno ufficializzeremo una

novità. Il tram personalizzato è una testimonianza concreta che la nostra città, man mano che passa il tempo, diventa una delle più belle ed accoglienti città di tutta l'Europa. Non a caso, ieri pomeriggio, il Babbo Natale edizione 2019, per andare a prendere il suo posto in piazza Eremitani, è salito sul tram alla Guizza ed è sceso alla fermata vicino all'Arena. «Il tram rosso è anche il simbolo della rinascita dell'economia e del commercio della città», ha osservato il presidente dell'Upa Boschetto, «In città non ci sono solo botteghe che chiudono a causa dei centri commerciali e delle vendite on line. Numerose anche le attività che aprono i battenti in settori strategici come l'innovazione techno-

logica ed il turismo di massa». Infine il presidente Ragona ha ricordato tutte le agevolazioni che ci sono da ieri per i cittadini che vanno in centro con il tram e con il bus oppure per gli automobilisti che hanno i parcheggi scambiatori gratuiti nei week end. Ad esempio il singolo biglietto da 1,30, nei giorni festivi, non vale solo per 75 minuti, ma per 4 ore. Nei week end, poi, il biglietto famiglia, che costa 3 euro e consente di viaggiare ad una famiglia con al massimo 5 persone, vale per tutta la giornata. —

Felice Paduano

Il tram di Natale



