

Rassegna Stampa

YAK Agency

Periodo: Gennaio - Dicembre 2022

Indice

Gennaio.....	3
Giugno.....	9
Luglio.....	13
Agosto.....	15
Settembre.....	20
Ottobre.....	23
Dicembre.....	28

01. Gennaio

Testata: ADCGroup - ADVexpress

Data: 04.01.2022

[Link alla notizia](#)



[Home](#) / [ADVexpress](#) / [News](#) / [Industry](#) / [Mercato](#) / Nims S.p.a. (Gruppo Lavazza) rinnova a YAK...



Mercato

Nims S.p.a. (Gruppo Lavazza) rinnova a YAK Agency l'incarico per la comunicazione interna

Anche per il 2022 sarà l'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin (destra e sinistra foto) a curare la realizzazione dell'house organ (6 nuovi numeri) e i relativi servizi digital della storica azienda del Gruppo Torinese. "Siamo davvero felici di proseguire la collaborazione con Nims attraverso un progetto di comunicazione integrata che consolida la nostra esperienza nel settore editoriale. - affermano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, soci fondatori di YAK Agency - e che permette a questa storica azienda di arricchire in maniera efficace la comunicazione interna".

Sarà ancora **YAK Agency** a realizzare il **periodico bimestrale cartaceo di Nims S.p.a.**, azienda che da 40 anni porta in tutta Italia prodotti di qualità per migliorare la vita in famiglia e nella piccola impresa attraverso una rete nazionale di 150 uffici commerciali, dal 2017 parte del gruppo Lavazza.

La collaborazione tra YAK Agency e Nims, iniziata nel 2020, prevede la **realizzazione di 6 nuovi numeri dell'house organ** progettato dall'agenzia per dotare l'azienda di uno **strumento di comunicazione interna tra gli oltre 3.000 collaboratori** dislocati sull'intero territorio italiano.

Il team dell'agenzia **continuerà ad occuparsi di tutte le attività riferite alla creazione del magazine**: dall'impaginazione grafica dei contenuti alle declinazioni digital, fino alla realizzazione di una newsletter e al popolamento contenutistico del portale web di riferimento. Gli articoli del progetto editoriale spazieranno tra interviste ai manager, novità aziendali e ricette da realizzare con le macchine e l'ampia offerta dei prodotti Lavazza, e rifletteranno i valori corporate che caratterizzano Nims fin dalla sua fondazione nel 1979: tradizione, qualità, cortesia, cultura aziendale e affidabilità.

"Siamo davvero felici di proseguire la collaborazione con Nims attraverso un progetto di comunicazione integrata che consolida la nostra esperienza nel settore editoriale. - affermano **Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, soci fondatori di YAK Agency** - e che permette a questa storica azienda di arricchire in maniera efficace la comunicazione interna".

Testata: Dailyonline

Data: 05.01.2022

[Link alla notizia](#)



HOME • INCARICHI E GARE

Gruppo Lavazza: Nims rinnova a YAK Agency l'incarico per la comunicazione interna

Autore: Redazione

h 15,44 - 05/01/2022



Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea

Anche per il 2022 sarà l'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin a curare la realizzazione dell'house organ e i relativi servizi digital della storica azienda

Sarà ancora **YAK Agency** a realizzare il periodico bimestrale cartaceo di **Nims**, l'azienda che da 40 anni porta in tutta Italia prodotti di qualità per migliorare la vita in famiglia e nella piccola impresa attraverso una rete nazionale di 150 uffici commerciali, dal 2017 parte del gruppo **Lavazza**. La collaborazione tra **YAK Agency** e Nims, iniziata nel 2020, prevede la realizzazione di sei nuovi numeri dell'house organ progettato dall'agenzia per dotare l'azienda di uno strumento di comunicazione interna tra gli oltre 3.000 collaboratori dislocati sull'intero territorio italiano. **Il team dell'agenzia continuerà a occuparsi di tutte le attività riferite alla creazione del magazine:** dall'impaginazione grafica dei contenuti alle declinazioni digital, fino alla realizzazione di una newsletter e al **popolamento contenutistico del portale web di riferimento**. Gli articoli del progetto editoriale spazieranno tra interviste ai manager, novità aziendali e ricette da realizzare con le macchine e l'ampia offerta dei prodotti Lavazza, e rifletteranno i valori corporate che caratterizzano Nims fin dalla sua fondazione nel 1979: tradizione, qualità, cortesia, cultura aziendale e affidabilità. "Siamo davvero felici di proseguire la collaborazione con Nims attraverso un progetto di comunicazione integrata che consolida la nostra esperienza nel settore editoriale - affermano **Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin**, soci fondatori di YAK Agency - e che permette a questa storica azienda di arricchire in maniera efficace la comunicazione interna".

Testata: MediaKey

Data: 10.01.2022

[Link alla notizia](#)

MK

GRUPPO EDITORIALE MEDIA KEY

Nims (gruppo Lavazza) rinnova a YAK Agency l'incarico per la comunicazione interna



Sarà ancora YAK Agency a realizzare il periodico bimestrale cartaceo di Nims S.p.a. (<https://www.nims.it/>), l'azienda che da 40 anni porta in tutta Italia prodotti di qualità per migliorare la vita in famiglia e nella piccola impresa attraverso una rete nazionale di 150 uffici commerciali, dal 2017 parte del gruppo Lavazza. La collaborazione tra YAK Agency e Nims, iniziata nel 2020, prevede la realizzazione di 6 nuovi numeri dell'house organ progettato dall'agenzia per dotare l'azienda di uno strumento di comunicazione interna tra gli oltre 3.000 collaboratori dislocati sull'intero territorio italiano.

Il team dell'agenzia continuerà ad occuparsi di tutte le attività riferite alla creazione del magazine: dall'impaginazione grafica dei contenuti alle declinazioni digital, fino alla realizzazione di una newsletter e al popolamento contenutistico del portale web di riferimento. Gli articoli del progetto editoriale spazieranno tra interviste ai manager, novità aziendali e ricette da realizzare con le macchine e l'ampia offerta dei prodotti Lavazza, e rifletteranno i valori corporate che caratterizzano Nims fin dalla sua fondazione nel 1979: tradizione, qualità, cortesia, cultura aziendale e affidabilità.

“Siamo davvero felici di proseguire la collaborazione con Nims attraverso un progetto di comunicazione integrata che consolida la nostra esperienza nel settore editoriale. - affermano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, soci fondatori di YAK Agency - e che permette a questa storica azienda di arricchire in maniera efficace la comunicazione interna”.

Testata: PubblicomNow!
Data: 10.01.2022

PUBBLI NOW! com

BUDGET IN MOVIMENTO

Nims (gruppo Lavazza): ancora a YakAgency la comunicazione interna

Sarà ancora Yak Agency a realizzare il periodico bimestrale cartaceo di Nims, che che realizza prodotti per migliorare la vita in famiglia e nella piccola impresa attra-



verso una rete nazionale di 150 uffici commerciali, e dal 2017 fa parte del gruppo Lavazza. La collaborazione, iniziata nel 2020, prevede la realizzazione di 6 nuovi numeri dell'house organ progettato dall'agenzia per dotare l'azienda di uno strumento di comunicazione interna tra gli oltre 3.000 collaboratori dislocati sull'intero territorio italiano. Il team continuerà a occuparsi di tutte le attività riferite alla creazione del magazine: dall'impaginazione grafica dei contenuti alle declinazioni digital, fino alla realizzazione di una newsletter e al popolamento contenutistico del portale web di riferimento.

Testata: Dailynet

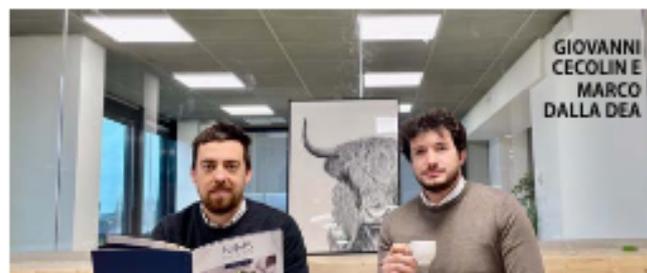
Data: 11.01.2022

Mercato Gruppo Lavazza: Nims rinnova a YAK Agency l'incarico per la comunicazione interna

Anche per il 2022 sarà l'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin a curare la realizzazione dell'house organ e i relativi servizi digital della storica azienda

Sarà ancora YAK Agency a realizzare il periodico bimestrale cartaceo di Nims (<https://www.nims.it/>), l'azienda che da 40 anni porta in tutta Italia prodotti di qualità per migliorare la vita in famiglia e nella piccola impresa attraverso una rete nazionale di 150 uffici commerciali, dal 2017 parte del gruppo Lavazza. La collaborazione tra YAK Agency e Nims, iniziata nel 2020, prevede la realizzazione di sei nuovi numeri dell'house organ progettato

dall'agenzia per dotare l'azienda di uno strumento di comunicazione interna tra gli oltre 3.000 collaboratori dislocati sull'intero territorio italiano. Il team dell'agenzia continuerà a occuparsi di tutte le attività riferite alla creazione del magazine: dall'impaginazione grafica dei contenuti alle declinazioni digital, fino alla realizzazione di una newsletter e al popolamento contenutistico del portale web di riferimento. Gli articoli del progetto edito-



riale spazieranno tra interviste ai manager, novità aziendali e ricette da realizzare con le macchine e l'ampia offerta dei prodotti Lavazza, e rifletteranno i valori corporate che caratterizzano Nims fin dalla sua fondazione nel 1979: tradizione, qualità, cortesia, cultura aziendale e affidabilità. "Siamo davvero felici di proseguire

la collaborazione con Nims attraverso un progetto di comunicazione integrata che consolida la nostra esperienza nel settore editoriale - affermano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, soci fondatori di YAK Agency - e che permette a questa storica azienda di arricchire in maniera efficace la comunicazione interna".

16 Incarichi Lavazza: a YAK Agency la realizzazione del periodico Nims

06. Giugno

Testata: MediaKey

Data: 21.06.2022

[Link alla notizia](#)

MK

GRUPPO EDITORIALE MEDIA KEY

YAK Agency lancia "ORA", il progetto Alzheimer per Fondazione Cariparo



Dopo essersi aggiudicata l'affidamento a novembre 2021, YAK Agency ha lavorato all'ideazione concettuale e grafica del nuovo servizio di supporto e formazione per caregiver di persone con demenze ideato e promosso dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo, organizzazione filantropica senza scopo di lucro che da trent'anni opera per promuovere la qualità della vita e lo sviluppo sostenibile del territorio di Padova e Rovigo.

L'agenzia ha prima di tutto lavorato allo studio di un

concept per generare un naming che identificasse le caratteristiche fondamentali del servizio rivolto a caregiver e operatori professionali, proponendo la sigla ORA: un acrostico con le iniziali delle tre parole Orientamento, Rete e Ascolto che formano un termine che può essere letto come un incitamento sia ad agire e reagire subito, sia a cercare di vivere il presente nella maniera più piena possibile, grazie al supporto offerto.

YAK Agency si è poi occupata di ideare il logo del progetto e del processo creativo di sviluppo e declinazione tutti i contenuti grafici e testuali nei materiali di promozione (locandine, depliant), creando anche un piano post per i canali social organizzato in rubriche tematiche da condividere sulle pagine ufficiali di Fondazione Cariparo.

Lato web, YAK Agency ha disegnato e sviluppato una landing page (<https://www.progettoora.it/>) per il target di destinazione, con tutte le informazioni relative ai servizi (centro di ascolto, corsi di formazione e supporto psicologico) proposti da ORA ai caregiver di persone con demenza che abitano nei territori dell'Azienda ULSS n.6 Euganea e n.5 Polesana.

"Abbiamo partecipato con grande impegno alla richiesta di Fondazione Cariparo, avvicinandoci a una tematica importante e molto delicata - commentano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, Managing Partner di YAK Agency. "Con ORA ci auguriamo di aver creato uno strumento utile per tutti gli operatori e i caregiver che si trovano a stretto contatto con persone affette da queste malattie. Siamo felici di aver potuto supportare concretamente la Fondazione, che da sempre si fa interprete dei bisogni del territorio in cui agisce per produrre un cambiamento tangibile. YAK Agency è molto sensibile a queste tematiche, e da sempre lavora a stretto contatto con fondazioni, associazioni ed enti coinvolti nei settori della sanità e della sussidiarietà"

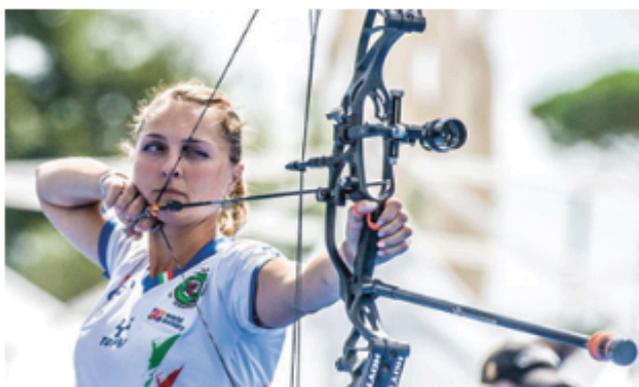
Testata: MediaKey

Data: 21.06.2022

[Link alla notizia](#)



FITARCO sceglie YAK Agency per la comunicazione social e la produzione di contenuti agli eventi nazionali



L'esperienza di YAK Agency nella comunicazione sportiva si arricchisce con il nuovo incarico che FITARCO - Federazione Italiana di Tiro con l'Arco ha affidato all'agenzia per i servizi di comunicazione social e produzione di contenuti durante gli eventi federali. Nello specifico, l'attività social prevede la gestione di Facebook, Instagram e TikTok in collaborazione con l'ufficio stampa federale, la realizzazione di campagne di digital advertising e il community management dei tre canali.

Inoltre, YAK Agency - che già nel 2017 aveva collaborato con FITARCO alla finale di Coppa del Mondo di Tiro con l'Arco di Roma - realizzerà "live" contenuti multimediali per i social media e l'ufficio stampa ai più importanti eventi nazionali della Federazione, con la presenza in loco di team creativi (composti da content creator, editor e fotografi) che copriranno la produzione e post-produzione dei materiali durante gli appuntamenti.

"Siamo particolarmente soddisfatti della collaborazione instaurata con FITARCO - Federazione Italiana di Tiro con l'Arco: un nuovo affidamento che permetterà al team di YAK Agency di misurarsi, ancora una volta, con una sfida nell'ambito della comunicazione sportiva, la nostra grande passione - commentano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, Managing Partners di YAK Agency - e di creare contenuti puntuali e di qualità agli eventi promossi dalla Federazione".

Testata: ADCGroup - ADVexpress

Data: 30.06.2022

[Link alla notizia](#)



[Home](#) / [ADVexpress](#) / [Creative portfolio](#) / [Integrated](#) / FITARCO sceglie YAK Agency per la comunica



Integrated

FITARCO sceglie YAK Agency per la comunicazione social e la produzione di contenuti agli eventi nazionali

L'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin è stata scelta dalla Federazione Italiana di Tiro con l'Arco per la produzione di contenuti durante gli eventi federali e per la gestione dei canali social.

L'esperienza di **YAK Agency** nella comunicazione sportiva si arricchisce con il nuovo incarico che **FITARCO - Federazione Italiana di Tiro con l'Arco ha affidato all'agenzia per i servizi di comunicazione social e produzione di contenuti durante gli eventi federali**. Nello specifico, l'attività social prevede la gestione di Facebook, Instagram e TikTok in collaborazione con l'ufficio stampa federale, la realizzazione di campagne di digital advertising e il community management dei tre canali.

Inoltre, YAK Agency - che già nel 2017 aveva collaborato con FITARCO alla finale di Coppa del Mondo di Tiro con l'Arco di Roma - realizzerà "live" contenuti multimediali per i social media e l'ufficio stampa ai più importanti eventi nazionali della Federazione, con la presenza in loco di team creativi (composti da content creator, editor e fotografi) che copriranno la produzione e post-produzione dei materiali durante gli appuntamenti.

"Siamo particolarmente soddisfatti della collaborazione instaurata con FITARCO - Federazione Italiana di Tiro con l'Arco: un nuovo affidamento che permetterà al team di YAK Agency di misurarsi, ancora una volta, con una sfida nell'ambito della comunicazione sportiva, la nostra grande passione - commentano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin (nella foto), Managing Partners di YAK Agency - e di creare contenuti puntuali e di qualità agli eventi promossi dalla Federazione."

07. Luglio

Testata: Dailynet

Data: 01.07.2022

Incarichi FITARCO sceglie **YAK Agency** per le attività di comunicazione social

L'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin è stata scelta dalla Federazione Italiana di Tiro con l'Arco anche per la produzione di contenuti durante gli eventi federali



L'esperienza di YAK Agency nella comunicazione sportiva si arricchisce con il nuovo incarico che FITARCO - Federazione Italiana di Tiro con l'Arco - ha affidato all'agenzia per i servizi di comunicazione social e produzio-

ne di contenuti durante gli eventi federali. Nello specifico, l'attività social prevede la gestione di Facebook, Instagram e TikTok in collaborazione con l'ufficio stampa federale, la realizzazione di campagne di digital advertising e il community management dei tre canali. Inoltre, YAK Agency - che già nel 2017 aveva collaborato con FITARCO alla finale di Coppa del Mondo di Tiro con l'Arco di Roma - realizzerà contenuti multimediali per i social media e l'ufficio stampa ai più impor-

tanti eventi nazionali della Federazione, con la presenza in loco di team creativi (composti da content creator, editor e fotografi) che copriranno la produzione e post-produzione dei materiali durante gli appuntamenti. "Siamo particolarmente soddisfatti della collaborazione instaurata con FITARCO: un nuovo affidamento che permetterà al team di YAK Agency di misurarsi, ancora una volta, con una sfida nell'ambito della comunicazione sportiva, la nostra grande passione - commentano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, Managing Partners dell'agenzia - e di creare contenuti puntuali e di qualità agli eventi promossi dalla Federazione".

21 Incarichi
FITARCO sceglie
YAK Agency per
gestire e curare
la comunicazione
di matrice social

08. Agosto

Testata: Engage
Data: 23.08.2022
[Link alla notizia](#)

ENGAGE

di Caterina Varpi

CHERRY BANK SCEGLIE YAK AGENCY PER LA GESTIONE STRATEGICA ED EDITORIALE DEI CANALI SOCIAL

L'agenzia di Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea si aggiudica la gara dell'istituto di credito



Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin



Ascolta questo articolo ora...



Yak Agency si è aggiudicata la **gara creativa** tra diverse agenzie indetta da **Cherry Bank SpA**, per la **gestione dei propri canali Facebook, Instagram e LinkedIn**. La proposta di comunicazione presentata dalla realtà guidata da Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, mira al rafforzamento del branding e fa leva sul concept di **"connessione"**, con l'utilizzo di un tone of voice empatico e vivace, e al contempo professionale, in grado di trasmettere e comunicare i valori della banca sui diversi canali social in gestione, spiega il comunicato stampa.

Leggi tutte le novità sulle [AGENZIE](#)

La proposta di Yak Agency punta a trasmettere a diversi target i plus e la filosofia della banca digitale, un istituto moderno fatto da persone e che parla alle persone, con il desiderio di crescere insieme ai propri clienti, stabilendo con loro una relazione duratura e di fiducia. Una banca digitale e innovativa, al passo con i tempi, che comunica in modo nuovo e che risponde con immediatezza e chiarezza al mercato, racconta la nota.

"Abbiamo aderito con entusiasmo alla richiesta di Cherry Bank per la creazione di una nuova strategia social che valorizzi le soluzioni e l'expertise offerte dalla banca ai propri clienti - commentano **Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, Managing Partner di Yak Agency** - Il nuovo incarico permetterà all'agenzia di tradurre tematiche finanziarie spesso complesse in contenuti social freschi, creativi e accattivanti per i target del brand, in linea con la sua mission e i suoi valori".

Cherry Bank S.p.A. nasce da un progetto partito a ottobre 2021 con la fusione di Cherry106 S.p.A., intermediario finanziario regolato, in Banco delle Tre Venezie S.p.A., realtà bancaria radicata nel territorio veneto. Cherry Bank, che aderisce come tutte le banche ordinarie italiane al Fondo Interbancario Tutela dei Depositi, unisce la tradizione di una banca solida con l'innovazione e la velocità di una realtà giovane e dinamica e ha l'obiettivo di inserirsi sul mercato offrendo ai clienti servizi su misura e ad alto valore aggiunto, erogati attraverso processi decisionali rapidi e trasparenti.

Testata: Dailyonline
Data: 23.08.2022
[Link alla notizia](#)



HOME - INCARICHI E GARE

YAK Agency vince la gara creativa per i social di Cherry Bank

Autore: Redazione

h 13.10 - 23/08/2022



Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin

L'agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin si aggiudica la gestione strategica e editoriale dei canali della Human Bank che crea valore per famiglie e imprese

Con una proposta di comunicazione che mira al rafforzamento del branding e fa leva sul concept di "connessione", **YAK Agency** si è aggiudicata la gara creativa tra agenzie indetta da **Cherry Bank**, per la gestione dei propri canali Facebook, Instagram e LinkedIn. La strategia di comunicazione proposta si fonda su contenuti creativi che declinano le tante sfaccettature del concetto di "connessione", con l'utilizzo di un tone of voice empatico e vivace, e al contempo professionale, in grado di trasmettere e comunicare i valori della banca sui diversi canali social in gestione. **YAK Agency** punta a trasmettere a diversi target i plus e la filosofia (benefit oggettivi e soggettivi) della banca, un istituto moderno fatto da persone e che parla alle persone, con il desiderio di crescere insieme ai propri clienti, stabilendo con loro una relazione duratura e di fiducia. Una banca digitale e innovativa, al passo con i tempi, che comunica in modo nuovo e che risponde con immediatezza e chiarezza al mercato. Una banca che mette al primo posto i suoi dipendenti (Cherries) e crede nello spirito di squadra, che crea connessioni in modo trasversale: con i propri clienti, con i territori, con le istituzioni, tra colleghi, e con l'ambito sociale in cui opera, vista anche la grande attenzione di Cherry Bank per i temi della sostenibilità. **L'istituto nasce da un progetto partito a ottobre 2021 con la fusione di Cherry106, intermediario finanziario regolato, in Banco delle Tre Venezie, realtà radicata nel territorio veneto.** Cherry Bank, che aderisce al Fondo Interbancario Tutela dei Depositi, unisce la tradizione di una banca solida con l'innovazione e la velocità di una realtà giovane e dinamica e ha l'obiettivo di inserirsi sul mercato offrendo ai clienti servizi su misura e ad alto valore aggiunto, erogati attraverso processi decisionali rapidi e trasparenti. "Abbiamo aderito con entusiasmo alla richiesta di Cherry Bank per la creazione di una nuova strategia social che valorizzi le soluzioni e l'expertise offerte dalla banca ai propri clienti - commentano **Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, Managing Partner di YAK Agency** - il nuovo incarico permetterà all'agenzia di tradurre tematiche finanziarie spesso complesse in contenuti social freschi, creativi e accattivanti per i target del brand, in linea con la sua mission e i suoi valori".

Testata: Spot and Web

Data: 25.08.2022

[Link alla notizia](#)

SPOT and WEB

YAK Agency vince la gara creativa per i social di Cherry Bank

25 Agosto 2022

Con una proposta di comunicazione che mira al rafforzamento del branding e fa leva sul concept di "connessione", YAK Agency si è aggiudicata la gara creativa tra agenzie indetta da Cherry Bank SpA, per la gestione dei propri **canali Facebook, Instagram e LinkedIn**.

raccomandato da **CONSUMATORI**

La strategia di comunicazione proposta da YAK Agency si fonda su contenuti creativi che declinano le tante sfaccettature del concetto di "connessione", con l'utilizzo di un tone of voice empatico e vivace, e al contempo professionale, in grado di trasmettere e comunicare i valori della banca sui diversi canali social in gestione.

La proposta di YAK Agency punta a trasmettere a diversi target i plus e la filosofia (benefit oggettivi e soggettivi) della banca, **un istituto moderno fatto da persone e che parla alle persone**, con il desiderio di crescere insieme ai propri clienti, stabilendo con loro una relazione duratura e di fiducia. **Una banca digitale e innovativa**, al passo con i tempi, che comunica in modo nuovo e che risponde con immediatezza e chiarezza al mercato. Una banca che mette al primo posto i suoi dipendenti (Cherries) e crede nello spirito di squadra. **Una banca che crea connessioni** in modo trasversale: con i propri clienti, con i territori, con le istituzioni, tra colleghi, e con l'ambito sociale in cui opera, vista anche la grande attenzione di Cherry Bank per i temi della sostenibilità.



Marco Dalla Dea – Giovanni Cecolin

Cherry Bank S.p.A. nasce da un progetto partito a ottobre 2021 con la fusione di Cherry106 S.p.A., intermediario finanziario regolato, in Banco delle Tre Venezie S.p.A, realtà bancaria radicata nel territorio veneto. Cherry Bank, che aderisce come tutte le banche ordinarie italiane al Fondo Interbancario Tutela dei Depositi, unisce la tradizione di una banca solida con l'innovazione e la velocità di una realtà giovane e dinamica e ha l'obiettivo di inserirsi sul mercato offrendo ai clienti servizi su misura e ad alto valore aggiunto, erogati attraverso processi decisionali rapidi e trasparenti.

*"Abbiamo aderito con entusiasmo alla richiesta di Cherry Bank per la creazione di una nuova strategia social che valorizzi le soluzioni e l'expertise offerte dalla banca ai propri clienti – commentano **Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, Managing Partner di YAK Agency**. "Il nuovo incarico permetterà all'agenzia di tradurre tematiche finanziarie spesso complesse in contenuti social freschi, creativi e accattivanti per i target del brand, in linea con la sua mission e i suoi valori".*

Testata: MediaKey

Data: 29.08.2022

[Link alla notizia](#)

MK

GRUPPO EDITORIALE MEDIA KEY

YAK Agency vince la gara creativa per i social di Cherry Bank



Con una proposta di comunicazione che mira al rafforzamento del branding e fa leva sul concept di "connessione", YAK Agency si è aggiudicata la gara creativa tra agenzie indetta da Cherry Bank SpA, per la gestione dei propri canali Facebook, Instagram e LinkedIn. La strategia di comunicazione proposta da YAK Agency si fonda su contenuti creativi che declinano le tante sfaccettature del concetto di "connessione", con l'utilizzo di un tone of voice empatico e vivace, e al contempo professionale, in grado di trasmettere e comunicare i valori della banca sui diversi canali social in

gestione.

La proposta di YAK Agency punta a trasmettere a diversi target i plus e la filosofia (benefit oggettivi e soggettivi) della banca, un istituto moderno fatto da persone e che parla alle persone, con il desiderio di crescere insieme ai propri clienti, stabilendo con loro una relazione duratura e di fiducia. Una banca digitale e innovativa, al passo con i tempi, che comunica in modo nuovo e che risponde con immediatezza e chiarezza al mercato. Una banca che mette al primo posto i suoi dipendenti (Cherries) e crede nello spirito di squadra. Una banca che crea connessioni in modo trasversale: con i propri clienti, con i territori, con le istituzioni, tra colleghi, e con l'ambito sociale in cui opera, vista anche la grande attenzione di Cherry Bank per i temi della sostenibilità.

Cherry Bank S.p.A. nasce da un progetto partito a ottobre 2021 con la fusione di Cherry106 S.p.A., intermediario finanziario regolato, in Banco delle Tre Venezie S.p.A, realtà bancaria radicata nel territorio veneto. Cherry Bank, che aderisce come tutte le banche ordinarie italiane al Fondo Interbancario Tutela dei Depositi, unisce la tradizione di una banca solida con l'innovazione e la velocità di una realtà giovane e dinamica e ha l'obiettivo di inserirsi sul mercato offrendo ai clienti servizi su misura e ad alto valore aggiunto, erogati attraverso processi decisionali rapidi e trasparenti.

"Abbiamo aderito con entusiasmo alla richiesta di Cherry Bank per la creazione di una nuova strategia social che valorizzi le soluzioni e l'expertise offerte dalla banca ai propri clienti - commentano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, Managing Partner di YAK Agency. "Il nuovo incarico permetterà all'agenzia di tradurre tematiche finanziarie spesso complesse in contenuti social freschi, creativi e accattivanti per i target del brand, in linea con la sua mission e i suoi valori".

09. Settembre

Testata: PubblicomNow!
Data: 8.09.2022

PUBBLI NOW! com

BUDGET IN MOVIMENTO

Cherry Bank affida la gestione strategica ed editoriale dei canali social a Yak Agency



Yak Agency, agenzia di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, si è aggiudicata la gestione strategica ed editoriale dei canali Facebook, Instagram e LinkedIn di Cherry Bank, la Human Bank che crea valore per famiglie e imprese. La strategia di comunicazione proposta si fonda su conte-

nuti creativi che declinano le tante sfaccettature del concetto di "connessione", con l'utilizzo di un tone of voice empatico e vivace, e al contempo professionale, in grado di trasmettere e comunicare i valori della banca sui diversi canali social in gestione. Cherry Bank nasce da un progetto partito a ottobre 2021 con la fusione di Cherry106, intermediario finanziario regolato, in Banco delle Tre Venezie.

Testata: Padova Oggi

Data: 11.09.2022

[Link alla notizia](#)

PADOVA OGGI

SOCIAL

In 5mila alla festa in Prato della Valle: che successo per la Smile Run

La terza edizione di Smile Run, la corsa non competitiva che domenica 11 settembre ha colorato di giallo le strade della città, ha visto la partecipazione di 2.140 runner che hanno raccolto e donato un totale di 21.400 euro e di oltre 5.000 persone coinvolte nella festa dello Smile Village allestito in Prato della Valle



Ascolta questo articolo ora...



Padova si conferma capitale del running, ma anche della solidarietà: la terza edizione di Smile Run, la corsa non competitiva che domenica 11 settembre ha colorato di giallo le strade della città, ha visto la partecipazione di 2.140 runner che hanno raccolto e donato un totale di 21.400 euro e di oltre 5.000 persone coinvolte nella festa dello Smile Village allestito in Prato della Valle.

Smile Run

Tutti i proventi della corsa (10 euro il costo della partecipazione) sono stati devoluti a tre associazioni del territorio che si occupano di bambini, senza alcuna trattenuta da parte dell'organizzazione. "Correre fa (del) bene" è lo slogan della manifestazione, partecipata anche quest'anno da grandi e piccini, famiglie e gruppi di amici, che ha sostenuto Team for Children ONLUS, L'Isola che c'è ONLUS e Il Sogno di Stefano ONLUS. Due i percorsi a disposizione - 5 o 10 chilometri - entrambi per le vie del centro di Padova attraversando Prato della Valle, Basilica di Sant'Antonio, Duomo e Piazze, Giardini dell'Arena, e Specola, con il rientro in Prato della Valle per i festeggiamenti di rito. A tutti i partecipanti l'organizzazione ha regalato un pacco corsa con tanti gadget offerti dagli sponsor e l'esclusiva maglia tecnica firmata CMP e griffata dall'opera d'arte dagli artisti 2 BROS Creative. Madrina di questa terza edizione è stata Maddalena Corvaglia, che insieme ai dj di Radio Padova ha intrattenuto dal palco i partecipanti prima e dopo la corsa, in una giornata di sole, sport e solidarietà.

Diego Bonavina

Non sono volute mancare le istituzioni cittadine. L'Assessore allo Sport Diego Bonavina ha ringraziato sul palco dello Smile Village partecipanti e organizzatori: "Sport e beneficenza si confermano un binomio vincente per Padova, che ancora una volta ha risposto presente. Smile Run è ormai una garanzia per la città: per noi è un'emozione vedere Prato della Valle piena di persone che hanno deciso di correre per aiutare le associazioni del territorio a regalare un sorriso ai bambini meno fortunati".

Yak Agency

"Ancora una volta, il popolo della Smile Run ha risposto alla chiamata. Ringraziamo tutti i nostri sponsor e i runner che hanno partecipato all'evento - dichiarano soddisfatti Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea, titolari di YAK Agency, l'agenzia di comunicazione che organizza l'evento che in tre edizioni ha raccolto e donato 65.000 € alle associazioni del territorio - "Smile Run è il nostro modo per restituire qualcosa alla città in cui lavoriamo e per sostenere alcune cause che abbiamo sposato da anni".

10. Ottobre

Testata: MediaKey

Data: 27.10.2022

[Link alla notizia](#)



L'Azienda Ospedale - Università Padova sceglie YAK Agency per la nuova identità di comunicazione



È YAK Agency l'agenzia scelta dall'Azienda Ospedale - Università Padova per la creazione di una nuova brand identity del complesso ospedaliero della città patavina, riconosciuto come Ospedale di rilievo nazionale e di alta specializzazione e Ospedale Hub di eccellenza di rilievo regionale. In una collaborazione iniziata a novembre 2021, YAK Agency si è occupata anzitutto di riprogettare il logo ufficiale dell'Azienda lavorando alla creazione di un nuovo marchio istituzionale e ha poi studiato un rinnovato concept grafico, ripensando totalmente la brand identity dell'Azienda,

e occupandosi poi di ideare e produrre tutti i materiali corporate istituzionali (cartacei e digitali), come biglietti da visita, badge del personale, carta intestata, buste da lettera, cartelle stampa e gadget. Inoltre, per regolamentare l'utilizzo dei nuovi elementi visivi e verbali del marchio in tutte le sue forme di comunicazione (materiali corporate, segnaletica, annunci pubblicitari e produzioni editoriali) è stato creato un brand manual contenente le linee guida da seguire, nel rispetto del tono di voce, dei valori e dell'identità visiva dell'Azienda. Nel periodo culmine dell'emergenza pandemica per Covid-19, l'agenzia ha collaborato alla realizzazione dei supporti informativi in doppia lingua (italiano e inglese) utili a segnalare i diversi punti tampone e vaccinali, e a informare i pazienti sulle regole di sicurezza in vigore nell'ospedale.

Inoltre, per rendere il portale ufficiale (<https://www.aopd.veneto.it/>) – nonché il principale canale di comunicazione online dell'Azienda – un sito funzionale e intuitivo, è stato condotto un restyling completo del design delle pagine (homepage, pagine interne e pagine dei nuovi servizi come la Telemedicina) coordinato alle scelte stilistiche della nuova comunicazione del marchio, puntando primariamente a migliorare la user experience dell'utente e a facilitarlo nelle azioni principali di prenotazione, pagamento e reperimento dei documenti che solitamente egli svolge al suo interno. Il nuovo design verrà presto sviluppato per rendere la navigazione più fluida, logica e rapida.

YAK Agency ha poi condotto un importante studio di riprogettazione della mappa del complesso ospedaliero per la creazione di un efficace sistema di "wayfinding" (orientamento) per tutte le utenze dell'Azienda. Partendo da un'approfondita analisi della routine, della logistica, della mole di contenuti e indicazioni da veicolare e delle diverse tipologie di persone che frequentano ogni giorno il polo ospedaliero, l'agenzia ha scritto delle nuove linee guida per semplificare le informazioni di orientamento e ha disegnato la nuova segnaletica (interna ed esterna) delle varie palazzine che compongono la struttura, dalla Clinica Ostetrica al Monoblocco, e i nuovi totem direzionali di viabilità interna.

"Siamo entusiasti dell'incarico che l'Azienda Ospedale - Università Padova ha conferito alla nostra agenzia. Contribuire alla creazione della nuova immagine di un'eccellenza sanitaria nazionale, punto di riferimento per l'assistenza medica e le attività di didattica e di ricerca universitaria nella città in cui lavoriamo, è per noi motivo di orgoglio e rappresenta per il team una sfida nuova e stimolante", dichiarano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, Managing Partner di YAK Agency.

Testata: PubblicomNow!
Data: 28.10.2022

PUBBLI NOW! com

BUDGET IN MOVIMENTO

Azienda Ospedale - Università Padova sceglie Yak Agency per la nuova brand identity

È Yak l'agenzia scelta dall'Azienda Ospedale - Università Padova per la creazione di una nuova

brand identity del complesso ospedaliero della città, riconosciuto come Ospedale di rilievo nazionale e

di alta specializzazione e Ospedale Hub di eccellenza di rilievo regionale. In una collaborazione iniziata

a novembre 2021, l'agenzia si è occupata anzitutto di riprogettare il logo ufficiale lavorando alla creazione di un nuovo marchio istituzionale e ha poi studiato un rinnovato concept grafico, ripensando totalmente la brand identity, e occupandosi poi di ideare e produrre tutti i materiali corporate istituzionali (cartacei e digitali), come biglietti da visita, badge del personale, carta intestata, buste da lettera, cartelle stampa e gadget. Inoltre, per rendere il portale ufficiale un sito funzionale e intuitivo, è stato condotto un restyling completo del design delle pagine (homepage, pagine interne e pagine dei nuovi servizi come la Telemedicina) coordinato alle scelte stilistiche della nuova comunicazione del marchio. Yak Agency ha anche riprogettato la mappa del complesso ospedaliero per la creazione di un efficace sistema di "wayfinding" (orientamento) per tutte le utenze.



Testata: DailyMedia
Data: 28.10.2022

DailyMedia
Il quotidiano della comunicazione
anno XXXII 182
venerdì 28 ottobre 2022
p. 10



Incarichi Azienda Ospedale - Università Padova sceglie YAK Agency per l'identità di comunicazione

L'agenzia di Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea incaricata di gestire la nuova immagine del complesso ospedaliero della città patavina

È YAK Agency l'agenzia scelta dall'Azienda Ospedale - Università Padova per la creazione di una nuova brand identity del complesso ospedaliero della città patavina, riconosciuto come Ospedale di rilievo nazionale e di alta specializzazione e Ospedale Hub di eccellenza di rilievo regionale. In una collaborazione iniziata a novembre 2021, YAK Agency si è occupata anzitutto di riprogettare il logo ufficiale dell'Azienda lavorando alla creazione di un nuovo marchio istituzionale e ha poi studiato un rinnovato concept grafico, ripensando totalmente la brand identity dell'azienda, e occupandosi poi di ideare e produrre tutti i materiali corporate istituzionali (cartacei e digitali), come biglietti da visita, badge del personale, carta intestata, buste da lettera, cartelle stampa e gadget. Inoltre, per regolamentare l'utilizzo



Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea

dei nuovi elementi visivi e verbali del marchio in tutte le sue forme di comunicazione (materiali corporate, segnaletica, annunci pubblicitari e produzioni editoriali) è stato creato un brand manual contenente le linee guida da seguire, nel rispetto del tono di voce, dei valori e dell'identità visiva dell'Azienda. Nel periodo culmine dell'emergenza pandemica per Covid-19, l'agenzia ha collaborato alla realizzazione dei supporti informativi in doppia lingua (italiano e inglese) utili a segnalare i diversi punti tampone e vaccinali, e a informare i pazienti sulle regole di sicurezza in vigore nell'ospedale. Inoltre, per rendere il portale ufficiale www.aopd.veneto

it - nonché il principale canale di comunicazione online dell'azienda - un sito funzionale e intuitivo, è stato condotto un restyling completo del design delle pagine (homepage, pagine interne e pagine dei nuovi servizi come la Telemedicina) coordinato alle scelte stilistiche della nuova comunicazione del marchio, puntando primariamente a migliorare la user experience dell'utente e a facilitarlo nelle azioni principali di prenotazione, pagamento e reperimento dei documenti che solitamente egli svolge al suo interno. Il nuovo design verrà presto sviluppato per rendere la navigazione più fluida, logica e rapida. YAK Agency ha poi condotto un

importante studio di riprogettazione della mappa del complesso ospedaliero per la creazione di un efficace sistema di "wayfinding" (orientamento) per tutte le utenze dell'Azienda. Partendo da un'approfondita analisi della routine, della logistica, della mole di contenuti e indicazioni da veicolare e delle diverse tipologie di persone che frequentano ogni giorno il polo ospedaliero, l'agenzia ha scritto delle nuove linee guida per semplificare le informazioni di orientamento e ha disegnato la nuova segnaletica (interna ed esterna) delle varie palazzine che compongono la struttura, dalla Clinica Ostetrica al Monoblocco, e i nuovi totem direzionali di viabilità interna. "Siamo entusiasti dell'incarico che l'Azienda Ospedale - Università Padova ha conferito alla nostra agenzia. Contribuire alla creazione della nuova immagine di un'eccellenza sanitaria nazionale, punto di riferimento per l'assistenza medica e le attività di didattica e di ricerca universitaria nella città in cui lavoriamo, è per noi motivo di orgoglio e rappresenta per il team una sfida nuova e stimolante", dichiarano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, Managing Partner di YAK Agency.

Testata: DailyNet

Data: 28.10.2022

DailyNet
Il quotidiano del marketing in rete

#182

ANNO XX - VENERDÌ 28 OTTOBRE 2022



Incarichi Azienda Ospedale - Università Padova si affida alle cure di Yak Agency per la nuova identità di comunicazione

L'agenzia di comunicazione di Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea incaricata di gestire la nuova immagine e la viabilità interna del complesso ospedaliero della città di Padova

È Yak Agency l'agenzia scelta dall'Azienda Ospedale - Università Padova per la creazione di una nuova brand identity del complesso ospedaliero della città patavina, riconosciuto come Ospedale di rilievo nazionale e di alta specializzazione e Ospedale Hub di eccellenza di rilievo regionale. Nella collaborazione iniziata a novem-

bre 2021, Yak Agency si è occupata anzitutto di riprogettare il logo ufficiale dell'Azienda lavorando alla creazione di un nuovo marchio istituzionale e ha poi studiato un rinnovato concept grafico, ripensando totalmente la brand identity dell'Azienda, e occupandosi poi di ideare e produrre tutti i materiali corporate istituzionali (cartacei e digitali), come biglietti da visita, badge del personale, carta intestata, buste da lettera, cartelle stampa e gadget. Inoltre, per regolamentare l'utilizzo dei nuovi elementi visivi e verbali del marchio in tutte le sue forme di comunicazione (materiali corporate, segnaletica, annunci pubblicitari e produzioni editoriali) è stato creato un

brand manual contenente le linee guida da seguire, nel rispetto del tono di voce, dei valori e dell'identità visiva dell'Azienda. Nel periodo culmine dell'emergenza pandemica per Covid-19, l'agenzia ha collaborato alla realizzazione dei supporti informativi in doppia lingua (italiano e inglese) utili a segnalare i diversi punti tampone e vaccinali, e a informare i pazienti sulle regole di sicurezza in vigore nell'ospedale. Inoltre, per rendere il portale ufficiale (<https://www.aopd.veneto.it/>), nonché il principale canale di comunicazione online dell'Azienda, un sito funzionale e intuitivo, è stato condotto un restyling completo del design delle pagine (homepa-

ge, pagine interne e pagine dei nuovi servizi come la telemedicina) coordinato alle scelte stilistiche della nuova comunicazione del marchio, puntando primariamente a migliorare la user experience dell'utente e a facilitarlo nelle azioni principali di prenotazione, pagamento e reperimento dei documenti che solitamente egli svolge al suo interno. Il nuovo design verrà presto sviluppato per rendere la navigazione più fluida, logica e rapida. Yak Agency ha poi condotto un importante studio di riprogettazione della mappa del complesso ospedaliero per la creazione di un efficace sistema di "wayfinding" (orientamento) per tutte le utenze dell'Azienda.

12. Dicembre

Testata: MediaKey

Data: 21.12.2022

[Link alla notizia](#)



GRUPPO EDITORIALE MEDIA KEY

YAK Agency: sei nuove assunzioni e +25% di fatturato nel 2022



Si chiude con un netto segno positivo il 2022 di YAK Agency, che registra un incremento del 25% del fatturato (ora a 1.5 milioni di Euro), l'aumento dell'organico a 25 persone (con l'assunzione di sei nuovi dipendenti negli ultimi mesi) e l'inaugurazione di una nuova sede nel cuore della Smart City padovana. L'agenzia di comunicazione di Padova, nata dall'esperienza ventennale dei due soci fondatori Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, offre servizi di comunicazione integrata multicanale e sviluppo di e-commerce, impiegando 25 professionisti tra consulenti, creativi e sviluppatori web, per fornire servizi di consulenza strategica e di comunicazione al settore del commercio, alle PMI e al mondo dello sport.

"Nell'ultimo anno abbiamo integrato l'organico con nuovi collaboratori specializzati in vari aspetti tecnici del digital advertising, un servizio sempre più importante e al contempo complesso, per garantire performance di vendita ai nostri clienti" - commentano Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin. "Abbiamo cercato persone qualificate e altamente formate anche grazie alle nostre collaborazioni con diverse Università a Padova, Venezia, Roma e Milano per costruire un gruppo di lavoro solido e affidabile, e aumentare la capacità di rispondere in maniera tempestiva alle richieste del mercato".

Dallo scorso anno, l'azienda ha lanciato anche YETI.it, una divisione web interna specializzata nella realizzazione di siti e-commerce per adattarsi rapidamente alle nuove richieste dei clienti, puntando su sistemi innovativi, rapidi ed efficienti per la vendita on-line.

Grazie all'innovazione dei servizi e alla solidità del progetto imprenditoriale, nell'ultimo anno l'agenzia ha ottenuto diversi affidamenti di rilievo, tra cui prestigiosi incarichi dall'Università di Padova e dall'Azienda Ospedale Università di Padova, per la quale YAK Agency ha curato la nuova immagine della comunicazione e il riordino della viabilità interna del complesso ospedaliero. A livello nazionale, l'agenzia è stata riconfermata da brand di rilievo quali Nims Lavazza ed Erreà Sport per proseguire rapporti di collaborazione consolidati nell'ambito editoriale, social e di content production. Guardando oltre confine, l'agenzia - che dal 2008 annovera collaborazioni a tutte le edizioni dei Giochi, da Pechino a Rio De Janeiro, passando per Londra 2012 e fino a Tokyo 2020 - ha ricevuto un nuovo incarico dagli organizzatori dei prossimi Giochi di Parigi.

"La crescita registrata nel 2022 è per noi motivo di grande orgoglio" - commentano Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea, Managing Partner di YAK Agency - Continueremo ad investire in formazione e in tecnologia per aumentare il livello di competitività dell'agenzia e soddisfare le richieste di un mercato in continuo mutamento".

Testata: ADCGroup - ADVexpress

Data: 21.12.2021

[Link alla notizia](#)



[Home](#) / [ADVexpress](#) / [News](#) / [Industry](#) / [Mercato](#) / Yak Agency nel 2022 totalizza sei nuove...



Mercato

Yak Agency nel 2022 totalizza sei nuove assunzioni e un + 25% di fatturato che arriva a 1.5 milioni di euro

La società di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin porta l'organico a 25 professionisti e chiude l'anno con importanti incarichi. Nel 2021 l'agenzia ha lanciato YETI.it, una divisione web interna specializzata nella realizzazione di siti e-commerce.

Si chiude con un netto segno positivo il 2022 di **YAK Agency**, che **registra un incremento del 25% del fatturato (ora a 1.5 milioni di Euro)**, l'aumento dell'organico a **25 persone** (con l'assunzione di sei nuovi dipendenti negli ultimi mesi) e l'inaugurazione di una nuova sede nel cuore della Smart City padovana.

Leggenda di comunicazione di Padova, nata dall'esperienza ventennale dei due soci fondatori **Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin** (nella foto), offre servizi di comunicazione integrata multicanale e sviluppo di e-commerce, impiegando 25 professionisti tra consulenti, creativi e sviluppatori web, per fornire servizi di consulenza strategica e di comunicazione al settore del commercio, alle PMI e al mondo dello sport.

"Nell'ultimo anno abbiamo integrato l'organico con nuovi collaboratori specializzati in vari aspetti tecnici del digital advertising, un servizio sempre più importante e al contempo complesso, per garantire performance di vendita ai nostri clienti" - commentano **Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin**. "Abbiamo cercato persone qualificate e altamente formate anche grazie alle vostre collaborazioni con diverse Università a Padova, Venezia, Roma e Milano per costruire un gruppo di lavoro solido e affidabile e aumentare la capacità di rispondere in maniera tempestiva alle richieste del mercato".

Dallo scorso anno, l'azienda ha lanciato anche **YETI.it, una divisione web interna** specializzata nella **realizzazione di siti e-commerce** per adattarsi rapidamente alle nuove richieste dei clienti, puntando su sistemi innovativi, rapidi ed efficienti per la vendita on-line.

Grazie all'innovazione dei servizi e alla solidità del progetto imprenditoriale, nell'ultimo anno l'agenzia ha ottenuto diversi affidamenti di rilievo, tra cui prestigiosi **incarichi dall'Università di Padova e dall'Azienda Ospedale Università di Padova**, per la quale YAK Agency ha curato la nuova immagine della comunicazione e il riordino della viabilità interna del complesso ospedaliero. A livello nazionale, l'agenzia è stata riconfermata da brand di rilievo quali **Nims Lavazza ed Erreà Sport** per proseguire rapporti di collaborazione consolidati nell'ambito editoriale, social e di content production. Guardando oltre confine, l'agenzia - che dal 2008 annovera collaborazioni a tutte le edizioni dei Giochi, da Pechino a Rio De Janeiro, passando per Londra 2012 e fino a Tokyo 2020 - ha ricevuto un **nuovo incarico dagli organizzatori dei prossimi Giochi di Parigi**.

"La crescita registrata nel 2022 è per noi motivo di grande orgoglio" - commentano **Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea, Managing Partner di YAK Agency** - *Continueremo ad investire in formazione e in tecnologia per aumentare il livello di competitività dell'agenzia e soddisfare le richieste di un mercato in continuo mutamento*".

Testata: Nord Est Economia

Data: 30.12.2022

[Link alla notizia](#)

NORDEST ECONOMIA

YAK Agency: sei nuove assunzioni e +25% di fatturato nel 2022

La società di Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin assume sei persone, portando l'organico a 25 professionisti, e chiude l'anno con importanti affidamenti e un fatturato in crescita a 1.5 milioni di Euro

30 Dicembre 2022 alle 17:30 | 1 minuto di lettura



Giovanni Cecolin e a destra Marco Dalla Dea

Si chiude con un netto segno positivo il 2022 di **YAK Agency**, che registra un incremento del 25% del fatturato (ora a 1.5 milioni di euro), l'aumento dell'organico a 25 persone (con l'assunzione di sei nuovi dipendenti negli ultimi mesi) e l'inaugurazione di una nuova sede nel cuore della Smart City padovana.

L'agenzia di comunicazione di Padova, nata dall'esperienza ventennale dei due soci fondatori Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin, offre **servizi di comunicazione integrata multicanale e sviluppo di e-commerce**, impiegando 25 professionisti tra consulenti, creativi e sviluppatori web, per fornire servizi di consulenza strategica e di comunicazione al settore del commercio, alle PMI e al mondo dello sport.

«Nell'ultimo anno abbiamo integrato l'organico con nuovi collaboratori specializzati in vari aspetti tecnici del digital advertising, un servizio sempre più importante e al contempo complesso, per garantire performance di vendita ai nostri clienti» commentano **Marco Dalla Dea e Giovanni Cecolin** «abbiamo cercato persone qualificate e altamente formate anche grazie alle nostre collaborazioni con diverse Università a Padova, Venezia, Roma e Milano per costruire un gruppo di lavoro solido e affidabile, e aumentare la capacità di rispondere in maniera tempestiva alle richieste del mercato».

Dallo scorso anno, l'azienda ha lanciato anche **YETI.it**, una divisione web interna specializzata nella realizzazione di siti e-commerce per adattarsi rapidamente alle nuove richieste dei clienti, puntando su sistemi innovativi, rapidi ed efficienti per la vendita on-line.

Grazie all'innovazione dei servizi e alla solidità del progetto imprenditoriale, nell'ultimo anno l'agenzia ha ottenuto diversi **affidamenti di rilievo**, tra cui incarichi dall'Università di Padova e dall'Azienda Ospedale Università di Padova, per la quale YAK Agency ha curato la nuova immagine della comunicazione e il riordino della viabilità interna del complesso ospedaliero. A livello nazionale, l'agenzia è stata riconfermata da brand di rilievo quali Nims Lavazza ed Erreà Sport per proseguire rapporti di collaborazione consolidati nell'ambito editoriale, social e di content production. Guardando oltre confine, l'agenzia - che dal 2008 annovera collaborazioni a tutte le edizioni dei Giochi, da Pechino a Rio De Janeiro, passando per Londra 2012 e fino a Tokyo 2020 - ha ricevuto un nuovo incarico dagli organizzatori dei prossimi Giochi di Parigi.

«La crescita registrata nel 2022 è per noi motivo di grande orgoglio» commentano Giovanni Cecolin e Marco Dalla Dea, Managing Partner di YAK Agency «continueremo ad investire in formazione e in tecnologia per aumentare il livello di competitività dell'agenzia e soddisfare le richieste di un mercato in continuo mutamento».

