

# ARTE IN AZIENDA

## OPPORTUNITA'

L'utilizzo dello strumento culturale e dell'arte per comunicare impattano sull'identità aziendale (Brand Perception) che acquisisce valore agli occhi di tutti gli stakeholder (Stakeholder Value) e solidità sociale nel mercato (Shared Value).

## CAMPI D'AZIONE

- Immagine/ Brand Awareness.
- Visibilità e PR (immediata/evento - medio/lungo catalogo).
- Media Relations.
- Engagement/Coinvolgimento dell'azienda nel progetto artistico: creare qualcosa di unico insieme (sponsor tecnico).
- Engagement/Coinvolgimento dipendenti/fornitori/stakeholder.
- Acquisizione o Fidelizzazione clientela
- Experience unica (la memoria dell'evento - emozione)
- Contaminazioni per creare innovazione/creatività.
- Bilancio Sociale (CSR) - Stakeholder value / Shared Value

## VALORE AGGIUNTO

- Innovazione
- Emozione
- Engagement (coinvolgimento) del pubblico
- Incremento Brand Perception/ Brand Awareness/Brand Value
- Operazione di Bilancio Sociale (CSR - Corporate Social Responsibility)