

ADMAIORA SCEGLIE GRAFFITI DI RIVA DEL GARDA



COMUNICAZIONE STRATEGICA E UNA NUOVA PIATTAFORMA PROPRIETARIA AI & BI PER GUIDARE LA CRESCITA DEL GRUPPO

È questo il cuore della partnership avviata tra Admaiora e Graffiti, realtà con sede a Riva del Garda guidata dal CEO Luca Cattoi, scelta dal gruppo per accompagnarne il percorso di evoluzione attraverso attività di comunicazione, marketing e sviluppo tecnologico avanzato. Una collaborazione che riflette una visione sempre più moderna del fare impresa, dove branding, tecnologia, dati e governance diventano elementi integrati all'interno di un unico ecosistema strategico.

Comunicazione e marketing: Graffiti guida il rafforzamento del posizionamento Admaiora

Il primo ambito della collaborazione riguarda il consolidamento del posizionamento di Admaiora attraverso attività di branding, comunicazione e marketing strategico. Fondata nel 1996 e cresciuta negli anni fino a diventare una delle realtà più riconosciute del panorama creativo e digitale del Nord Italia, Graffiti ha sviluppato un modello capace di integrare creatività, strategia, innovazione e sviluppo digitale all'interno di un'unica struttura operativa.

Nel proprio percorso l'agenzia di Riva del Garda ha collaborato con aziende e brand di rilievo nazionale e internazionale, sviluppando progetti di branding, campagne integrate, strategie digitali e percorsi di posizionamento per realtà operanti in mercati ad alta competitività.

"Abbiamo visto in Admaiora una realtà con una visione molto chiara e soprattutto con un forte potenziale evolutivo", spiega Luca Cattoi, CEO di Graffiti. "Oggi la comunicazione non può più limitarsi alla visibilità o all'estetica. Deve diventare una leva strategica capace di rafforzare credibilità, autorevolezza e valore

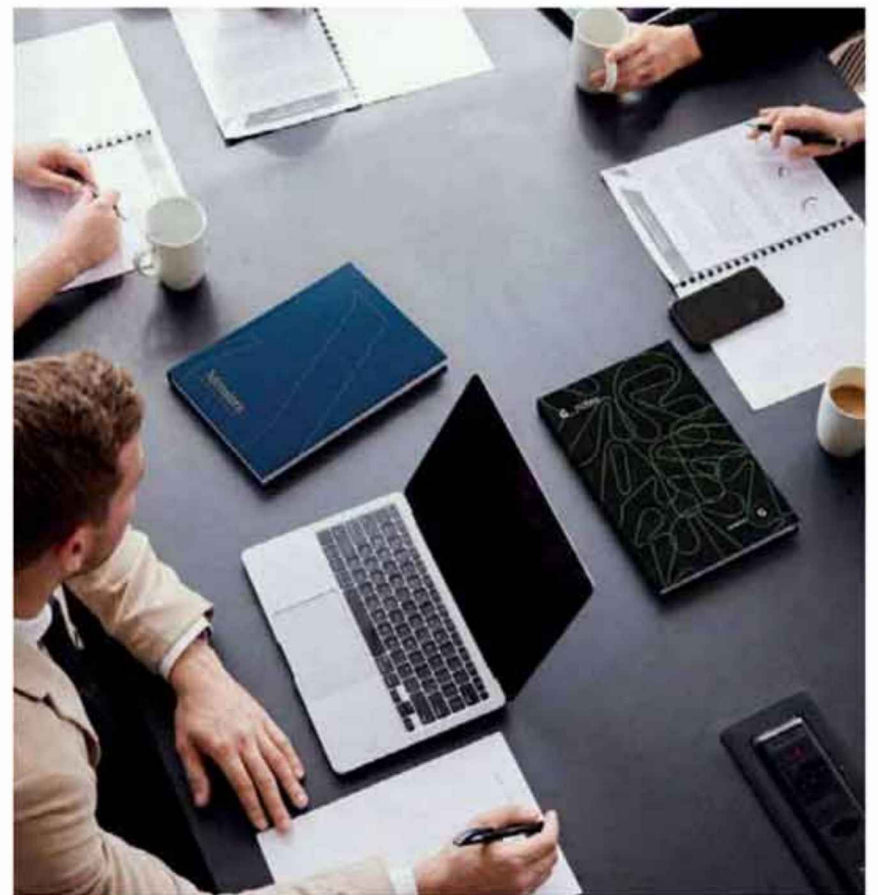
percepito attorno all'impresa".

Per Admaiora, il lavoro sul branding nasce anche da un'esigenza strategica precisa: costruire un'identità chiara e distintiva in un mercato dove esistono player verticali altamente specializzati nei singoli settori, ma nessun modello realmente sovrapponibile al proprio.

"Presi singolarmente, molti dei servizi presenti nell'ecosistema Admaiora appartengono a mercati già esistenti e con competitor altamente specializzati", sottolinea Rauf Kallogjeri, founder e CEO di Admaiora. "Ma il progetto Admaiora non nasce come semplice somma di servizi verticali. Stiamo costruendo un modello integrato di facilitazione strategica per microimprese, professionisti e PMI, capace di unire strategia, tecnologia, governance, dati e sviluppo all'interno di una visione unica dedicata all'imprenditoria diffusa". È proprio questa unicità, secondo Kallogjeri, a rendere centrale il tema del posizionamento. "Abbiamo la necessità di costruire un'identità autonoma, distintiva e immediatamente riconoscibile, non solo nel modello di business ma anche nella comunicazione e nel marketing. Per questo abbiamo scelto Graffiti: un partner capace di comprendere progetti complessi e tradurli in un posizionamento forte, coerente e credibile sul mercato".

Secondo Cattoi, la vera sfida dei brand contemporanei è riuscire a rendere comprensibile e percepibile il proprio valore distintivo. "Quando un progetto è innovativo e difficilmente incasellabile nelle categorie tradizionali, il lavoro sulla comunicazione diventa ancora più strategico", continua il CEO di Graffiti. "Il nostro obiettivo sarà costruire un'identità capace di trasmettere con chiarezza ciò che rende Admaiora un progetto unico nel panorama italiano".

Una collaborazione costruita su due direttrici precise e complementari: da una parte il rafforzamento del posizionamento e della comunicazione del brand Admaiora, dall'altra la progettazione di una nuova infrastruttura tecnologica proprietaria basata su AI, Business Intelligence e gestione evoluta dei dati



L'asset tecnologico: nasce la nuova piattaforma SaaS proprietaria di Admaiora

Parallelamente alle attività di comunicazione e marketing, Graffiti sarà anche il partner tecnologico incaricato dello sviluppo della nuova piattaforma SaaS proprietaria del gruppo Admaiora. Un progetto completamente distinto dall'area branding, che rappresenta un vero e proprio asset strategico destinato a sostenere la crescita futura del gruppo attraverso AI, Business Intelligence, automazione e analisi avanzata dei dati.

La piattaforma sarà progettata per raccogliere, organizzare ed elaborare informazioni strategiche attraverso sistemi intelligenti capaci di supportare attività operative, commerciali e decisionali, con l'integrazione di soluzioni per l'acquisizione di dati di qualità in ambito economico-finanziario, scoring, analisi aziendali e dati strategici destinati ad alimentare i processi di Business Intelligence del Gruppo.

L'obiettivo è costruire un ecosistema proprietario capace di trasformare i dati in strumenti concreti di crescita, migliorando velocità decisionale, capacità predittiva e automazione dei processi.

"Le aziende che cresceranno davvero nei

prossimi anni saranno quelle capaci di trasformare i dati in valore", afferma Kallogjeri. "Oggi non basta più avere informazioni: bisogna saperle leggere, organizzare e utilizzare in tempo reale. La piattaforma che stiamo sviluppando nasce proprio per integrare AI, BI e dati strategici all'interno di un unico sistema proprietario".

Secondo Luca Cattoi, il mercato sta entrando in una nuova fase evolutiva in cui tecnologia e governance diventeranno centrali per la competitività delle imprese. "Le aziende più evolute non acquistano più semplicemente software", continua il CEO di Graffiti. "Stanno costruendo infrastrutture intelligenti capaci di integrare automazione, dati, AI e capacità decisionale. È qui che si creerà il vero vantaggio competitivo dei prossimi anni".

Governance dei dati e compliance: il supporto del team LEXIA dell'Avv. Aurora Agostini

Accanto allo sviluppo tecnologico, Admaiora ha scelto di attribuire particolare attenzione anche ai profili di governance dei dati, protezione delle informazioni e conformità normativa.

In tale ambito, il gruppo si avvarrà del supporto di LEXIA, con il team guidato dall'Avv. Aurora Agostini, per gli aspetti legali connessi alla protezione dei dati personali,

alla data governance e alla compliance applicabile allo sviluppo della piattaforma. L'assistenza riguarderà, in particolare, l'impostazione dei presidi legali e privacy necessari a integrare, sin dalla fase di progettazione, le esigenze di innovazione tecnologica con i requisiti normativi applicabili.

"La gestione dei dati oggi è un tema troppo importante per essere affrontato esclusivamente dal punto di vista tecnologico", conclude Kallogjeri. "Quando si sviluppano piattaforme basate su AI, automazione e Business Intelligence, è importante considerare sin dall'inizio anche i profili di governance dei dati e conformità normativa. Per questo abbiamo ritenuto opportuno coinvolgere un team legale con esperienza specifica in materia di data protection, data governance e tecnologie digitali".

Nel nuovo scenario economico, le imprese che riusciranno a integrare branding, dati, AI e governance all'interno di ecosistemi proprietari saranno quelle capaci di costruire un vantaggio competitivo reale e sostenibile nel tempo.

È in questa direzione che si inserisce la collaborazione tra Admaiora, Graffiti e il team legale di LEXIA: un modello evolutivo di nuova generazione, dove comunicazione, tecnologia e gestione strategica dei dati diventano parte di un'unica visione strutturata della crescita.

