

[Home](#) > [Eventi e Fiere](#) > Take ha realizzato la creatività di EMO 2021, che si è conclusa con un grande successo

Take ha realizzato la creatività di EMO 2021, che si è conclusa con un grande successo

scritto da: [Take](#) | [segnala un abuso](#)

Oltre 700 imprese e più di 60.000 presenze provenienti da 91 paesi



Take, agenzia di comunicazione integrata di Next Group, ha realizzato il logo e la creatività per EMO MILANO 2021, la mostra mondiale dedicata al mondo della lavorazione dei metalli, che nei giorni scorsi si è conclusa con successo a fieramilano, Rho.

In particolare, Take ha realizzato il nuovo logo “EMO MILANO 2021”, nato dall’esigenza di legare indissolubilmente la manifestazione con la città che ha già ospitato sette edizioni. Da qui l’idea di allungare la “M” di EMO e utilizzarla anche come iniziale della parola “Milano”.

Per il *visual* di questa edizione è stata creata un’immagine forte e molto caratterizzante, abbinata allo slogan “**The magic world of metalworking**”.

EMO MILANO 2021, promossa da CECIMO, l’associazione europea delle industrie della macchina utensile, e organizzata dalle strutture operative di UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE, si è così presentata come un “magico mondo” di opportunità per vedere da vicino tutte le grandi innovazioni realizzate dai principali player mondiali. Il risultato finale è stato di oltre 700 imprese e più di 60.000 presenze provenienti da 91 paesi.

“Siamo felici che la nostra idea di proporre la manifestazione come una sorta di ‘luna park’ evoluto abbia suscitato tanto interesse – ha spiegato **Marco Di Marco**, Ceo di Take – Gli operatori del settore, che hanno partecipato numerosi, hanno avuto a disposizione sei padiglioni di macchine e sistemi di automazione tutti perfettamente funzionanti. La nostra creatività, sviluppata prima della pandemia, si è rivelata molto adatta a una manifestazione che si è svolta all’insegna dell’ottimismo e della ripresa”.

“Siamo molto soddisfatti dei risultati ottenuti con questa edizione, che ha inaugurato l’era post-pandemia per l’industria di settore – ha dichiarato **Alfredo Mariotti**, direttore della manifestazione promossa da UCIMU - SISTEMI PER PRODURRE - L’EMOteam, anche grazie alla collaborazione dei professionisti della comunicazione di Take, ha sviluppato uno specifico programma di promozione che si è avvalso di tutti i principali strumenti, tradizionali e new media, per un programma di comunicazione completo e articolato che ha contribuito al successo della mostra”.



[Take](#) | [EMO 2021](#) | [fiera](#) |