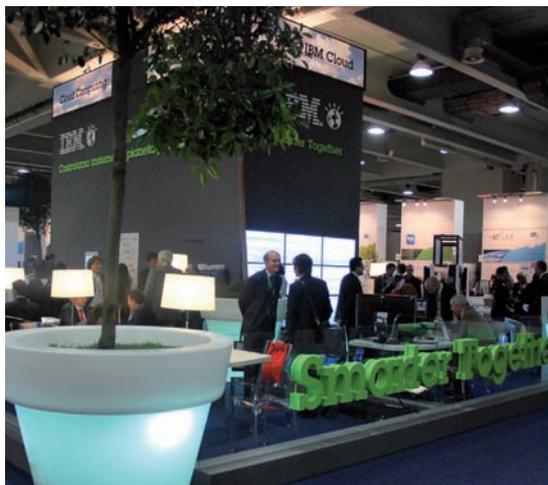


# IBM @ Smau 2010

**La tappa** allo Smau di Milano è arrivata a ottobre 2010, dopo un percorso, partito a marzo dello stesso anno, che ha toccato quattro città italiane. Con questa strategia, IBM ha voluto presentare le proprie soluzioni integrate e quelle dei business partner, nonché rafforzare l'approccio 'Smarter Planet' in comunicazione intergrata a 360° tramite client references, facilitando lo scambio di idee tra gli interlocutori. In tutte le tappe, i business partner sono stati gestiti come parte integrante dell'ecosistema IBM. In particolare allo Smau: stand di più di 500 mq con area hospitality per facilitare l'intercomunicazione, sei punti di ingaggio visitatori, videowall con contributi di soluzioni e di brand e 16 stand dei business partner. Contenuti della presenza IBM allo Smau sono stati la presentazione di soluzioni



via multimedia (filmati, applicazioni cloud, fashion corner, MM), e l'integrazione dell'evento proprietario circa le soluzioni Storage (300 partecipanti alla conferenza). L'esperienza reale, infine, è sfociata in un evento virtuale post Smau: 'IBM @ Smau 2010', su piattaforma multimediale realizzata ad hoc. Tre ore di evento, con relazione diretta di Subject Matter Experts IBM e, per i fruitori virtuali, la possibilità di visitare lo stand e di sperimentare le soluzioni IBM interagendo in chat. Il media mix ha integrato adv, out of home, digital tactics (sviluppati da altre agenzie di IBM) con domination di una fermata della metropolitana.

## [ SCHEDA ]

**Organizzatore:** Events & Exhibitions - GPJ.

**Cliente:** IBM Italia.

**Data:** dal 20 al 22 ottobre 2010.

**Target:** PMI It Cxo, press e influencer, local PA.

**Location:** Milano, Fieramilanocity

**Obiettivi:** presentare le soluzioni integrate di IBM e dei suoi business partner (Bp); rafforzare l'approccio IBM Smarter Planet in una comunicazione intergrata a 360° tramite client references; facilitare lo scambio di idee tra i visitatori, Bp e IBM; integrare IBM e Bp sia on site che virtualmente.

**Budget:** da 200.000 a 300.000 euro.

**Numeri:** 60 giornalisti, 1.037 feedback, 10 conferenze con 640 partecipanti.

**Credit:** E&E - GPJ (ideazione, testi), Leonardo Melzi - E&E (regia, direttore tecnico, progetto allestimento), Micaela Cremonesi - GPJ (strategy & account director), Francesca Ghezzi - E&E (logistica), Allestimenti Benfenati (scenografie, strutture), Ordo (audio, luci, video, effetti speciali).