



FIRMA LO STREET ARTIST JORIT

## INTER E MILAN INSIEME IN UN MURALES PER FIFA 21

Electronic Arts ha affidato anche quest'anno a **I&KI** la comunicazione per il lancio del videogioco dedicato al calcio

PROGETTO IDEATO DA I&KI

## INTER E MILAN INSIEME IN UN MURALES PER IL LANCIO DI FIFA 21

La creative media agency **I&KI** è stata scelta per il secondo anno consecutivo da **Electronic Arts** per un progetto dedicato al lancio di **EA Sports FIFA 21**. Per l'occasione **I&KI** ha sviluppato uno storytelling offline e online che racconta le due anime di Milano - rossoneri e nerazzurri, rivali divisi dai colori ma uniti dalla passione per il calcio e dall'orgoglio meneghino - e che ha visto il coinvolgimento del giovane street artist di fama mondiale **Jorit**. Il concept ha portato alla realizzazione di un'opera unica e originale nell'ambito milanese e caratterizzata dalla filosofia della "Human Tribe" che emerge in tutte le opere dello street artist. Così, 100 mq di muro in Corso di Porta Ticinese sono diventati per una settimana la tela su cui Jorit ha unito i volti di un giovane tifoso milanista e di una giovane tifosa interista, le due anime della passione e del futuro calcistico di Milano. Il messaggio che l'opera trasmette è molto forte: i due volti simmetrici, divisi a metà, opposti ma complementari, seppur separati da una sana rivalità sportiva sono in realtà uniti dalla stessa passione, quella per il calcio, che supera ogni barriera e annulla le diversità. **I&KI**, oltre alla creatività del progetto, ha seguito la produzione dei murales per realizzare un video storytelling a uso dei canali di comunicazione di Electronic Arts, di Milan e Inter. Il video hero celebra il progetto Win as One - il concept



manifesto del nuovo videogioco - sui profili Instagram di tutti i protagonisti a livello internazionale e mostra immagini della realizzazione dell'opera (con immagini drone e time lapse), spezzoni di intervista all'artista, immagini storiche delle vittorie di Inter e Milan e sequenze tratte dal nuovo FIFA 21. Un secondo video, esclusivo per Electronic Arts, racconterà invece l'aspetto più umano della performance, quello di Jorit e della sua crew. Il murales, che potrà essere ammirato dagli appassionati di calcio e non fino al 25 ottobre, rappresenta la prima attività di lancio di FIFA 21 tra quelle prodotte da **I&KI**. Entro la fine dell'anno verranno pubblicate nell'alveo del progetto altre due storie, una musicale e una calcistica.

### CREDITS

**Agenzia:** **I&KI**  
**Account Manager:**  
Sandro Marchetti  
**Creative Director:**  
Filippo Flocchi  
**Art Director:**  
Daniele Palaia  
**Senior Copywriter:**  
Valerio Lualdi  
**Social Media Manager:**  
Alessandro Aberni  
**Social Media Editor:**  
Francesco Quarti  
**Senior Project Manager:**  
Daniela Caluzzi

PROGETTO IDEATO DA IAKI

## INTER E MILAN INSIEME IN UN MURALES PER IL LANCIO DI FIFA 21

La creative media agency **IAKI** è stata scelta per il secondo anno consecutivo da **Electronic Arts** per un progetto dedicato al lancio di **EA Sports FIFA 21**. Per l'occasione **IAKI** ha sviluppato uno storytelling offline e online che racconta le due anime di Milano - rossoneri e nerazzurri, rivali divisi dai colori ma uniti dalla passione per il calcio e dall'orgoglio meneghino - e che ha visto il coinvolgimento del giovane street artist di fama mondiale **Jorit**. Il concept ha portato alla realizzazione di un'opera unica e originale nell'ambito milanese e caratterizzata dalla filosofia della "Human Tribe" che emerge in tutte le opere dello street artist. Così, 100 mq di muro in Corso di Porta Ticinese sono diventati per una settimana la tela su cui Jorit ha unito i volti di un giovane tifoso milanista e di una giovane tifosa interista, le due anime della passione e del futuro calcistico di Milano. Il messaggio che l'opera trasmette è molto forte: i due volti simmetrici, divisi a metà, opposti ma complementari, seppur separati da una sana rivalità sportiva sono in realtà uniti dalla stessa passione, quella per il calcio, che supera ogni barriera e annulla le diversità. **IAKI**, oltre alla creatività del progetto, ha seguito la produzione del murales per realizzare un video storytelling a uso dei canali di comunicazione di Electronic Arts, di Milan e Inter. Il video hero celebra il progetto Win as One - il concept



manifesto del nuovo videogioco - sui profili Instagram di tutti i protagonisti a livello internazionale e mostra immagini della realizzazione dell'opera (con immagini drone e time lapse), spezzoni di intervista all'artista, immagini storiche delle vittorie di Inter e Milan e sequenze tratte dal nuovo FIFA 21. Un secondo video, esclusivo per Electronic Arts, racconterà invece l'aspetto più umano della performance, quello di Jorit e della sua crew. Il murales, che potrà essere ammirato dagli appassionati di calcio e non fino al 25 ottobre, rappresenta la prima attività di lancio di FIFA 21 tra quelle prodotte da **IAKI**. Entro la fine dell'anno verranno pubblicate nell'alveo del progetto altre due storie, una musicale e una calcistica.

### CREDITS

**Agenzia:** **IAKI**  
**Account Manager:**  
Sandro Marchetti  
**Creative Director:**  
Filippo Flocchi  
**Art Director:**  
Daniele Palaia  
**Senior Copywriter:**  
Valerio Lualdi  
**Social Media Manager:**  
Alessandro Aberni  
**Social Media Editor:**  
Francesco Quarti  
**Senior Project  
Manager:**  
Daniela Caluzzi