

## Schroders affida a IAKI la creatività dello spazio espositivo e dell'attivazione per i visitatori al Salone del Risparmio 2021



Dal 15 al 17 settembre presso il Salone del Risparmio di Milano - il più grande evento nazionale del settore del risparmio gestito - i visitatori dello stand di Schroders, società globale di investimenti, sono stati coinvolti dall'attivazione pensata da IAKI: diventare protagonisti della campagna internazionale del Gruppo Schroders "Oltre il profitto" legata agli investimenti sostenibili. L'agenzia, già partner di Schroders Italia per la gestione dei canali social, ha ideato e prodotto lo spazio espositivo e la dinamica dell'attivazione.

Obiettivo della presenza alla fiera è stato quello di coinvolgere il pubblico di professionisti del settore nella campagna che racconta gli investimenti finanziari "sostenibili", ovvero quelli che possono portare un doppio beneficio: rendimento finanziario e impatto positivo sul pianeta. La campagna è caratterizzata da video-storie, immagini emozionali e headline d'effetto per accrescere la consapevolezza che, indirizzando i risparmi verso aziende virtuose, è possibile contribuire a migliorare il mondo dal punto di vista ambientale e sociale.

Nel contesto dello spazio espositivo di Schroders, completamente brandizzato con le immagini della campagna globale, ogni visitatore ha avuto l'opportunità di diventarne protagonista: attraverso una sharing box interattiva, ogni persona ha selezionato uno fra 5 ambiti (lotta al cambiamento climatico, ecologia, salute, infrastrutture intelligenti, sviluppo inclusivo), scattato una foto davanti a un green back e si è vista immediatamente contestualizzata in un'immagine con un trattamento grafico in linea con la campagna istituzionale. Ogni fotografia è stata condivisa su un grande ledwall all'interno dello spazio espositivo, al fianco delle immagini ufficiali della campagna, oltre che stampata e inviata via mail al visitatore.

Per creare ulteriore awareness, all'interno dello spazio espositivo sono stati predisposti dei QR code che, inquadrati con uno smartphone, permettevano di visualizzare i video-racconti parte integrante della campagna internazionale.

L'agenzia, parallelamente all'attività in fiera, ha curato anche il piano editoriale a supporto sui canali social del brand.

### Credits

Direzione creativa: Filippo Fiocchi

Senior account manager: Daniela Caluzzi

Senior art director: Mariella Binda

Senior social media manager: Cecilia Lupano

TESTATA  
www.mediakey.tv

DATA USCITA  
20 set 2021

SOGGETTO  
Schroders

---



## Schroders affida a IAKI la creatività dello spazio espositivo e...

20/09/2021

■ COMUNICAZIONE

■ EVENTI, SPONSORSHIP ■ DIGITAL