

Eventi IAKI Group scende in campo con la Serie A e presenta il primo progetto di "EA SPORTS FIFA 22 Player Tournament"

La generation driver agency ha progettato e realizzato una webserie: quindici episodi branded content in cui 60 campioni scendono in campo per darsi battaglia e coinvolgere i tifosi nella nuova realtà di FIFA 22

In occasione della partnership tra EA SPORTS e Lega Serie A, IAKI Group ha progettato e realizzato il primo EA Sports FIFA 22 Player Tournament, un progetto di quindici episodi branded content in cui oltre 60 campioni di 15 Club di Serie A scendono virtualmente in campo per darsi battaglia. Il format del torneo firmato dall'agenzia valorizza la partnership grazie a pochi ed ef-



ficaci ingredienti, capaci di creare buzz e interazioni sui profili social ufficiali delle squadre toccati dalla campagna. Ogni episodio ha come protagonisti quattro campioni di un singolo Club di A, che si affrontano in-game in più match. Solo uno tra i talent partecipanti potrà portarsi a casa l'ambito trofeo, una coppa brandizzata EA SPORTS FIFA e Lega Serie A prodotta per l'occasione, e pavoneggiarsi generando gag esilaranti e diatribe infinite. Così come il nuovo FIFA 22 su PS5 è caratterizzato da un incredibile realismo garantito dall'innovativa tecnologia HyperMotion, anche gli episodi del format vedono protagoniste le reazio-

ni e le "dichiarazioni" pre-match 100% autentiche e spontanee dei talent, con i due backdrop customizzati come quinte. È così che tra un "golazo" che dà il via a un'esultanza improvvisata e un fallaccio che genera divertenti battibecchi, le animazioni sempre più realistiche di FIFA 22 accompagnano gli utenti alla (ri) scoperta dell'amore per un videogioco simbolo di intere generazioni. Ogni tappa del torneo rappresenta per EA l'occasione per raggiungere nuove fasce di pubblico attraverso un'amplificazione mirata anche sui canali ufficiali di Lega Serie A e del Club dei rispettivi protagonisti. Ecco allora che tra una Stories di teasing, le foto "rubate" dai match e le premiazioni ufficiali dei campioni, il progetto raggiunge in modo capillare i fan

di FIFA 22 ma anche le persone non ancora coinvolte, parlando sia al loro cervello sia al loro "cuore" da tifoso. Fil rouge dell'attività di IAKI Group è infatti l'emozione, che traspare dalle reaction dei partecipanti all'EA SPORTS FIFA 22 Player Tournament ovviamente, ma anche dall'editing dei branded content, che coinvolge l'utente e lo invoglia a "schierarsi" durante i match. I primi cinque episodi - Fiorentina, Torino, Spezia, Bologna e Sassuolo - sono già online sui canali social (Instagram, Twitter e Facebook) di EA SPORTS FIFA, della Serie A e delle cinque squadre coinvolte. Il lavoro di IAKI Group per l'EA Sports FIFA 22 Player Tournament proseguirà per tutta la primavera, con la pubblicazione degli ultimi episodi branded content.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



1220005