



Out of Home

Schroders assegna a IAKI la creatività dello spazio espositivo e l'attivazione visitatori al Salone del Risparmio 2021

L'agenzia milanese, che ha ricevuto per via diretta l'incarico da brand, ha strutturato la presenza al Salone attraverso il concept interattivo #storiesofsustainability, legato alla campagna di comunicazione "Oltre il profitto" della società globale di investimenti. L'iniziativa è stata presente dal 15 al 17 settembre a Milano dove 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). L'agency ha inoltre curato anche il piano editoriale a supporto sui canali social del marchio.

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	DATA USCITA	SOGGETTO
www.advexpress.it	21 set 2021	Schroders



Out of Home 

Schroders assegna a IAKI la creatività dello spazio espositivo e l'attivazione visitatori al Salone del Risparmio 2021

21/09/2021 10:17