

Electronic Arts affida a IAKI Group il lancio del nuovo EA SPORTS FIFA 22 – Powered by Football

AGENZIE  Redazione  Ottobre 5, 2021  22



16 talent su un campo da calcio completamente customizzato sulla grafica del nuovo titolo, una diretta streaming su Twitch, 6 episodi branded content e una copertura social sui canali EA: questi alcuni degli ingredienti del lancio di FIFA 22 ideato e prodotto da IAKI Group.

IAKI Group ha costruito il progetto di comunicazione omnichannel per il lancio del nuovo FIFA 22, il videogioco di calcio più venduto al mondo e prodotto da Electronic Arts. Il nuovo titolo, "Powered by football", celebra la passione di chi ama il calcio andando a introdurre una serie di novità che rendono i match ancora più realistici e imprevedibili, tra cui spicca il motore di gioco HyperMotion che gestisce azioni, movimenti dei giocatori e reazioni dei tifosi con un'incredibile naturalezza. Per il terzo anno consecutivo IAKI, che gestisce anche i canali social del brand, ha ricevuto l'incarico direttamente dal brand di costruire la piattaforma di comunicazione per parlare a un pubblico multigenerazionale di Gen Z e Millennial.

"Per il lancio di FIFA 22 abbiamo voluto celebrare la passione per il calcio con un progetto omnichannel che mescolasse fisico e digitale, evento e video branded content, il tutto realizzato con l'aiuto di ben 16 talent tra calciatori di Serie A, cantanti, artisti e personaggi legati al mondo del calcio. – commenta **Filippo Fiocchi, Direttore Creativo di IAKI Group** – Un ecosistema di comunicazione in grado di parlare con Gen Z e Millennial sui principali canali da loro utilizzati in un arco temporale lungo, senza perdere di emozione ma creando nuovo hype ad ogni nuovo tassello del piano. Ogni nuova release video, infatti, è legata a un evento del calendario calcistico o all'uscita di un nuovo special pack all'interno del gioco. Siamo felici che Electronic Arts ci abbia rinnovato la fiducia dopo i progetti "Volta Stories" del 2019 e "Win As One" del 2020."

Il progetto "Powered by Passion", cominciato prima dell'estate con un branded content che "spoilerava" l'arrivo di Lele Adani, ex calciatore e ora volto noto dei programmi tv sportivi, come nuova voce della telecronaca, è stato lanciato ufficialmente su un campo realizzato per l'occasione dall'artista Giulio Vesprini. I talent si sono sfidati in un torneo di FIFA 22 durante una live streaming Twitch in uno studio allestito dall'agenzia. Tra di essi Alessio Romagnoli, Danilo D'Ambrosio, Veronica Boquete, personaggi dello spettacolo come Rkomi, Pierluigi Pardo, Lele Adani, Gli Autogol e YouTuber come Rohn e Zano. Per l'occasione gli artisti Van Orton hanno realizzato una cover del gioco completamente personalizzata per ognuno di loro.

Il lavoro di IAKI su FIFA 22 proseguirà per tutto l'autunno con la pubblicazione di 6 episodi branded content.

Credits:

- Creative Director: Filippo Fiocchi
- Senior Account Manager: Daniela Caluzzi
- Senior Copywriter: Valerio Lualdi
- Senior Social Media Manager: Alessandro Abeni
- Social Media Manager: Francesco Quarti
- Senior Art Director: Daniele Palaia

TESTATA
www.focusmo.it

DATA USCITA
5 ott 2021

SOGGETTO
Fifa 22

• **Agenzie Eventi Aziende Ricerche**



Electronic Arts affida a IAKI Group il lancio del nuovo EA SPORTS FIFA 22 – Powered by Football

🕒 Ottobre 5, 2021