

Incarichi Electronic Arts affida a IAKI Group il lancio del nuovo videogioco "FIFA 22"

Sedici talent su un campo da calcio completamente customizzato sulla grafica del nuovo titolo, una diretta streaming su Twitch, oltre a sei episodi branded content e a una copertura social sui canali EA



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. 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 realiz-



zato 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. 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. Il

progetto "Powered by Passioni", cominciato prima dell'estate con un branded content che spoilerava l'arrivo di Lele Adani, 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. Il lavoro di IAKI su "FIFA 22" proseguirà per tutto l'autunno con la pubblicazione di 6 episodi branded content.



129103