

sky original

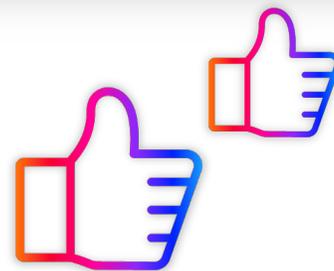
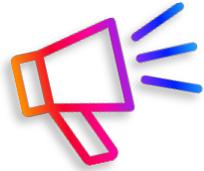
MONEY ROAD

OGNI TENTAZIONE HA UN PREZZO

On-site activation per il lancio
del nuovo grande show Sky Original



Progetto



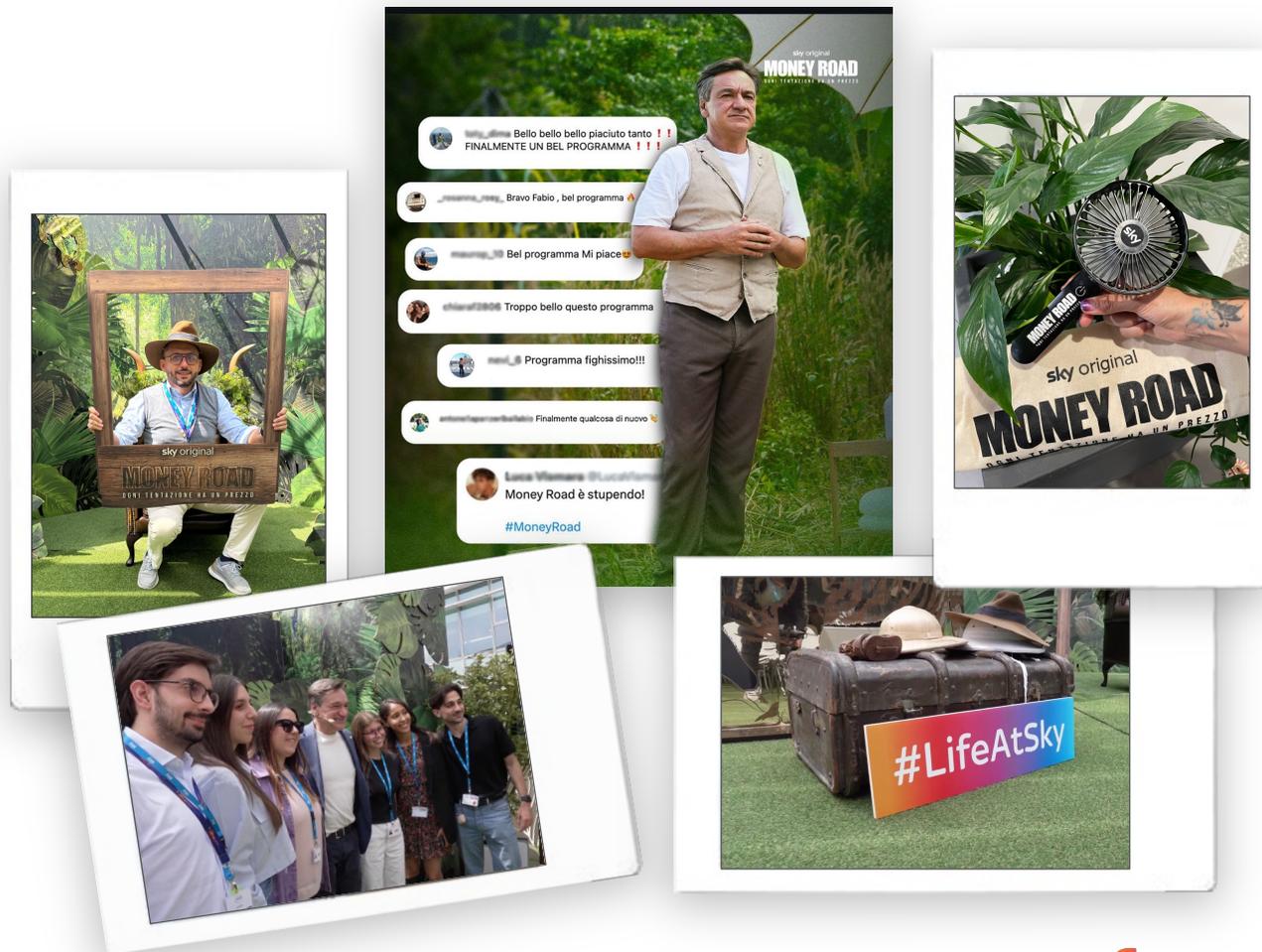
Il progetto nasce per supportare internamente il lancio di **Money Road**, lo show Sky Original condotto da Fabio Caressa.

I colleghi sono stati coinvolti come **primi ambassador del brand**, con l'obiettivo di rafforzare il senso di *community*, aumentare la conoscenza dello show e stimolare la condivisione esterna.



Finalità

- Creare un' **esperienza immersiva e memorabile per i dipendenti**, coerente con il tono e l'ambientazione del programma.
- **Generare hype** per il lancio dello show, sia all'interno che all'esterno, favorendo la condivisione spontanea sui social.
- **Stimolare l'engagement** interno attraverso dinamiche di gioco, incontri esclusivi, contenuti editoriali e *storytelling* dal volto umano.

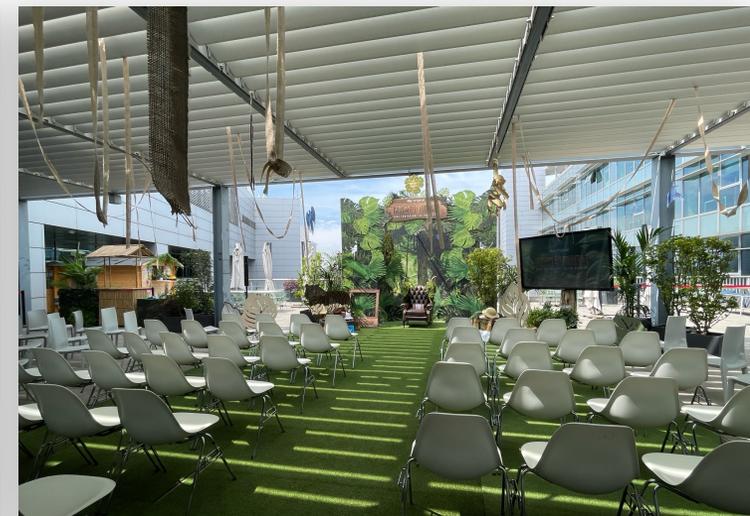


On-site activation

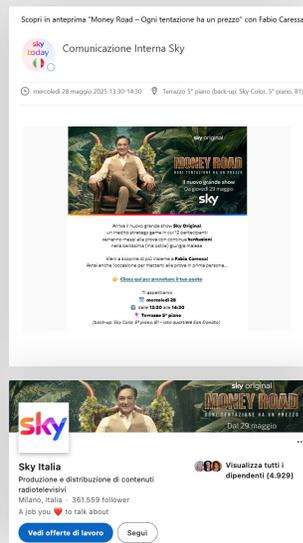
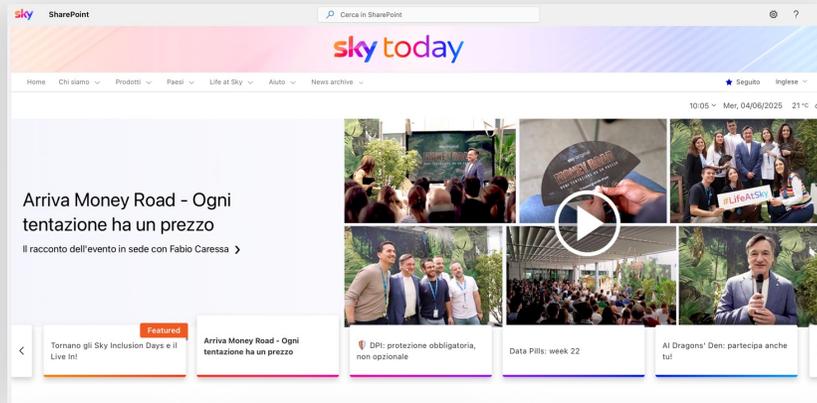
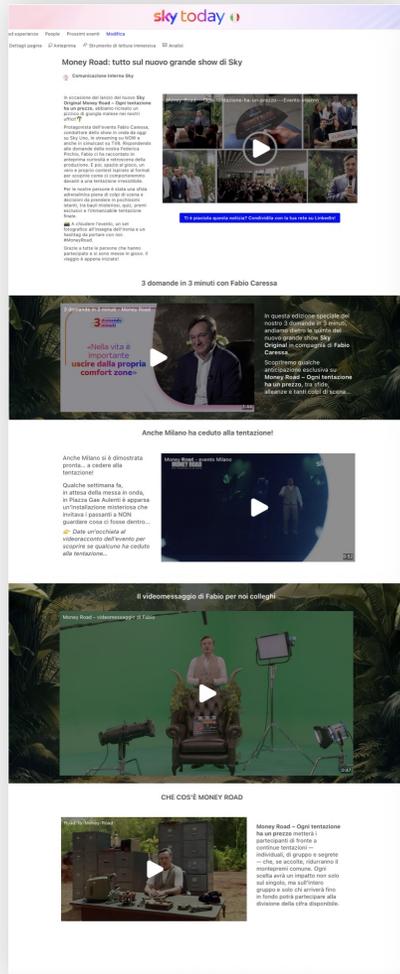
L'attivazione ha coinvolto **una scenografia immersiva** 3x3x3 metri allestita sulla terrazza centrale della sede Sky di Milano, trasformata per l'occasione in una vera giungla malese, ispirata alla *location* del nuovo show Sky Original *Money Road*.

La struttura includeva elementi scenografici e una "poltrona delle tentazioni", utilizzata sia per un gioco interattivo che come **photo opportunity**.

La produzione si è arricchita di **gadget brandizzati** distribuiti ai partecipanti (ventilatori portatili elettrici, ventagli, *tote bag*) e di una **regia live** per gestire l'**incontro con il conduttore**.



Piano di comunicazione



Strategia multicanale:

- Intranet;
- Affissioni;
- E-mail;
- Video;
- Meet & Greet;
- Gadget;
- Social media interni ed esterni.

La comunicazione ha accompagnato l'evento **dalla fase teaser fino al follow-up post evento.**



Punti di forza della comunicazione



- **Storytelling** coerente e declinato in ogni *touchpoint*.
- **Coinvolgimento talent** Sky come colleghi e non solo come testimonial.
- **Esperienza immersiva** ideale per scattare foto da condividere sui canali social e promuovere l'*advocacy*.

Alcuni dati



**Oltre 300
partecipanti**
all'attivazione
in sede



**1.010.000
spettatori**
in *Total Audience*
con il 3,8% di *share*



**21,5mila
interazioni**
Social TV Audience

sky