

Agenzie I MILLE e G-SHOCK lanciano "Drop a Beat 2", il contest per talenti emergenti della scena rap

L'agenzia ha curato la definizione del concept, la supervisione creativa, il coordinamento dell'intero progetto e la strategia media, oltre a definire la creatività dell'evento

I MILLE Creative Consultancy, agenzia di comunicazione e design del Gruppo TXT e associata a UNA - Aziende della Comunicazione Unite, torna a collaborare con G-SHOCK per celebrare la musica, la cultura urbana e i talenti emergenti, attraverso un contest che riafferma il desiderio del brand di orologi indistruttibili di supportare nuove generazioni di artisti e di rafforzare il legame con il proprio pubblico e con il mondo della musica. Un'iniziativa che ri-



specchia perfettamente il DNA del brand: resistenza, creatività e determinazione. Come gli orologi che hanno rivoluzionato il concetto di robustezza, "Drop A Beat 2" nasce per affrontare nuove sfide, battere il tempo e lasciare un segno indelebile nella cultura musicale, così da poter scrivere un altro capitolo del legame duraturo con la street culture, dopo aver collabora-

to con artisti del calibro di Maracash, Shiva e Sfera Ebbasta. Giudici dell'iniziativa sono i SLF (Siamo La Fam), uno dei gruppi urban più influenti e innovativi della scena partenopea, ma amati in tutta Italia. I MILLE ha curato la definizione del concept, la supervisione creativa, il coordinamento dell'intero progetto e la strategia media, oltre a definire la creatività

dell'evento. Effetti neon, luci intense e colori brillanti definiscono lo stile e l'estetica con cui il progetto esalta il mondo della trap: un contrasto visivo che rispecchia la ricerca di riscatto del genere musicale, creando un'atmosfera futuristica e provocatoria. L'identità del progetto è stata declinata in una serie di asset visivi e creativi per i social, contribuendo così alla costruzione di una narrazione coerente e dinamica. L'agenzia ha inoltre gestito la strategia di influencer marketing per amplificare il concorso: 'Spaghetti Rap e Jiggy Nubel'. Nel mese di maggio i partecipanti hanno potuto visitare la landing page ufficiale del contest <https://gshockdropabeat.it/>, ideata e curata dall'agenzia per garantire ai partecipanti un'esperienza utente fluida e coinvolgente.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

