

LA SECONDA EDIZIONE DEL CONTEST PER TALENTI EMERGENTI DELLA SCENA RAP

## I MILLE E G-SHOCK LANCIANO "DROP A BEAT 2"

Dopo il successo travolgente della prima edizione, **G-SHOCK** riaccende la scena urban insieme al collettivo **SLF Milano**, giugno 2025: **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 rispecchia 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, scrivendo un altro capitolo del legame duraturo tra **G-SHOCK** e la street culture, dopo aver collaborato con artisti del calibro di Marracash, Shiva e Sfera Ebbasta.

Giudici dell'iniziativa, **SLF (Siamo La Fam)**, uno dei gruppi urban più influenti e innovativi della scena partenopea, ma amati in tutta Italia. La crew, composta da **MV Killa**, **Lele Blade**, **Vale Lambo** e **Yung Snapp**, ha fatto parlare di sé grazie a brani virali e collaborazioni di spicco con artisti del calibro di Geolier e Guè. **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**, con cui l'agenzia ha collaborato allineando il messaggio di **G-SHOCK** ai loro stili distintivi, hanno creato contenuti social autentici e di impatto. Nel mese di maggio i partecipanti hanno



potuto visitare la [landing page ufficiale](#) del contest, ideata e curata da **I MILLE** per garantire ai partecipanti un'esperienza utente fluida e coinvolgente. ulteriore tassello di una campagna digitale che ha saputo attrarre l'attenzione della community, generando una forte connessione tra il brand **G-SHOCK** e il mondo della

musica urban.

