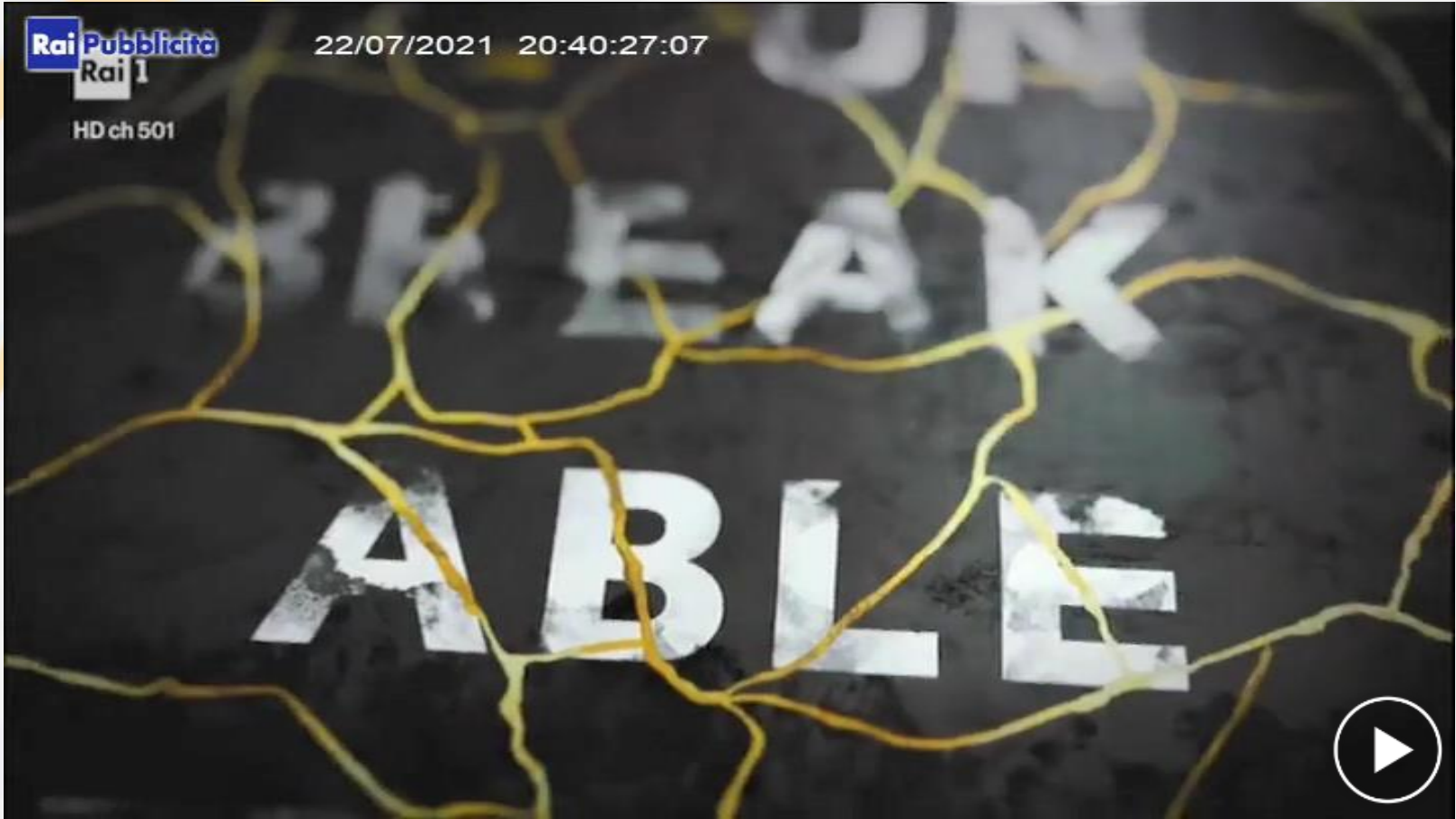


Rai

TOYOTA
PRESENTA

THE
UN
BREAK
ABLE





Toyota e Rai insieme hanno raccontato

Dopo un lungo periodo che ha sconvolto le nostre vite è arrivato il momento di **rinascere**, superare le difficoltà per uscirne ancora più forti: **le cicatrici non sono un limite**.

L'arte Giapponese del **Kintsugi** è la metafora del valore della **resilienza**, infatti dall'imperfezione e da una ferita può nascere una forma ancora maggiore di perfezione estetica e interiore.

Tutti questi sono i valori che da sempre hanno accompagnato il brand Toyota che a trovato in Rai un partner ideale per andare a sviluppare insieme **The Unbreakable**.

I protagonisti hanno raccontato in una **intervista intima ed emozionale** le difficoltà che hanno incontrato lungo il loro percorso e di come sono state superate attraverso **coraggio** e voglia di **riscatto**.



Cosa dicono i protagonisti del progetto



TOYOTA

*“La nostra storia è da sempre caratterizzata dai **valori della sfida e della perseveranza nel superamento dei propri limiti**, comuni al mondo dello sport – commenta **Luigi Ksawery Lucà, AD Toyota Motor Italia**. Ci fa particolarmente piacere lanciare questo progetto con Rai Pubblicità proprio in questo momento, per trasmettere anche un **messaggio di positività** in una fase storica in cui ci stiamo preparando ad una **nuova rinascita**.”*



*“Siamo orgogliosi di aver **creato insieme a Toyota un progetto legato ai valori più profondi dello sport e delle Olimpiadi**. Inclusione, rispetto, fatica e successo sono valori che si sposano perfettamente con la mission del Servizio Pubblico. Un progetto crossmediale che avrà il suo cuore in RaiPlay e culminerà con uno show evento su Rai1 coniugando, ancora una volta in maniera innovativa, il digitale e la TV generalista”* ha commentato **Gian Paolo Tagliavia, AD di Rai Pubblicità**.



La stampa di settore

Rai Pubblicità e Toyota presentano lo storytelling "The Unbreakable"

La Casa giapponese, partner ufficiale dei Giochi Olimpici e Paralimpici Tokyo 2020, presenta il suo nuovo progetto di brand integration crossmediale con RaiPlay e Rai1 per raccontare le sfide emozionanti e coraggiose di atleti e paratleti



Francesca Piccinini si racconta a The Unbreakable: "Mi sento ancora la Franci degli inizi"



ENGAGE

28/07/2021

CAMPAGNE
WEB MARKETING
AGENZIE
BRAND E AZIENDE
MEDIA INDUSTRY

Annunci Google

Nascondi annuncio Perché questo annuncio? >



RAI PUBBLICITÀ E TOYOTA PRESENTANO IL PROGETTO DI BRAND INTEGRATION THE UNBREAKABLE

07/06/2021

di Cristina Oliva

>> **Italpress**

Agenzia di Stampa



Home > Motori > Tokyo2020, Toyota e Rai Pubblicità presentano "The Unbreakable"

Video

Tokyo2020, Toyota e RAI Pubblicità presentano "The Unbreakable"

7 Giugno 2021



prima ONLINE

Home > Speciale >

The Unbreakable – RaiPlay per Toyota

Rai Pubblicità e Toyota presentano The Unbreakable. Un progetto di brand integration crossmediale con RaiPlay e Rai1



Campagna PR su stampa e sui canali Rai



Articoli e interviste ai protagonisti di **Unbreakable** nei quotidiani nazionali



Attività di **cross promotion** all'interno dei programmi Rai con i protagonisti di **Unbreakable**
(Intervista a Domenica In ad Eleonora Abbagnato)

Il progetto e gli obiettivi raggiunti

Sviluppare la nuova edizione di **THE UNBREAKABLE** attraverso una partnership editoriale con Rai, generando **amplification** e **distintività** del progetto firmato Toyota

Un **percorso cross-mediale di storytelling** dove il mondo dello sport e non solo possano raccontare il proprio percorso di **rinascita**.

Pianificare un **percorso «road to» Olimpiadi Tokyo 2020** per dare continuità alla campagna e valorizzare il brand Toyota come WW Olympic Partner

Le 3 fasi del progetto

ROAD TO - 5 NUOVI ORIGINAL **THE UNBREAKABLE** + PROMOZIONE SHOW (dal 7 Giugno)

Lo Stadio dei Marmi e le parole chiave del monologo principale sono stati gli ingredienti dei promo TV, Radio e social realizzati ad hoc dedicati al road to fino allo show del 22/07.

LO SHOW (22 e 23 Luglio)

5 talenti ed un emozionante monologo seguite dall'inconfondibile voce di **James Blunt** su Raiuno in prima serata ed il giorno dopo su Raidue prima della cerimonia di apertura dei Giochi Olimpici

MANTAINANCE – EMOTIONAL CLIP (dal 23 Luglio sino a fine Agosto)

I 5 volti continueranno a emozionare il pubblico con contenuti originali dedicati alle piattaforme digital (web e social Rai e Toyota) per tutta la durata delle Olimpiadi.



Rai Pubblicità

I CONTENUTI ORIGINAL RAIPLAY

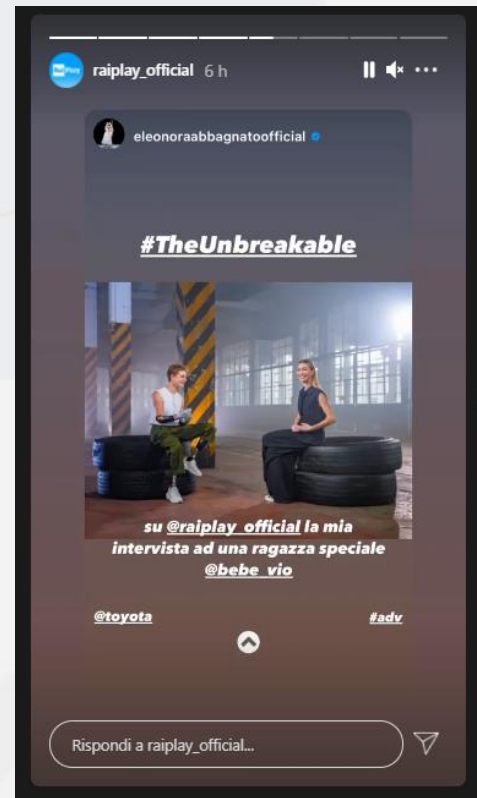


Il racconto Original su RaiPlay

RaiPlay è stata protagonista del racconto **The Unbreakable** attraverso la realizzazione di un **sito dedicato** ai racconti degli atleti protagonisti.

Il progetto, entrato a palinsesto di RaiPlay e disponibile in piattaforma per un anno, ha realizzato nel primo mese di messa online circa **50.000 legitimate streams coinvolgendo il target del portale nel racconto dei valori di marca.**

I canali social RaiPlay e i profili Instagram di tutti i talent coinvolti hanno realizzato una serie di video extra per invitare il pubblico alla visione, realizzando una **copertura lorda di circa 500.00 utenti con un sentiment positivo e un engagement rate di circa il 2%***



*dati relativi agli account Rai, esclusi i social dei talent

Gli Original RaiPlay



DIGITAL

RaiPlay

Euro 2020 Film Fiction Bambini

Esclusiva RaiPlay

Nilde Iotti. La presidente

Ossi di Seppia - Il rumore della memoria 51 2021 Ep 23 24 min

Il 20 giugno 1979, Nilde Iotti viene eletta Presidente della Camera. È la prima donna a ricoprire quel ruolo.

► RIPRODUCI Val al titolo

Da Non Perdere

Euro 2020 - Le sintesi delle partite

LOCANDINA EDITORIALE IN HP

Dal 7 Giugno

RaiPlay

Film Fiction Serie Original Bambini

RaiPlay per Toyota

The Unbreakable

Un punto di vista inedito è la chiave per raccontare la capacità di andare oltre le fratture, oltre il timore di non farcela. Eleonora Abbagnano ci accompagna alla scoperta di cinque storie impossibili, le storie di cinque atleti fuori dal comune, che hanno saputo superare con coraggio la sfida più dura della loro vita per diventare ancora più forti di prima. Per diventare nell'Unbreakable.

Regia: Pietro Pellicani
Conduttore: Eleonora Abbagnano

► RIPRENDE + La mia lista Condividi

The Unbreakable

Francesca Piccinini
Clemente Russo
Vanessa Ferrari
Bebbe Vio
Arianna Fontana

The Unbreakable - Lo show

Bebbe Vio
Arianna Fontana
Clemente Russo
Vanessa Ferrari
Francesca Piccinini

IL SITO DEDICATO

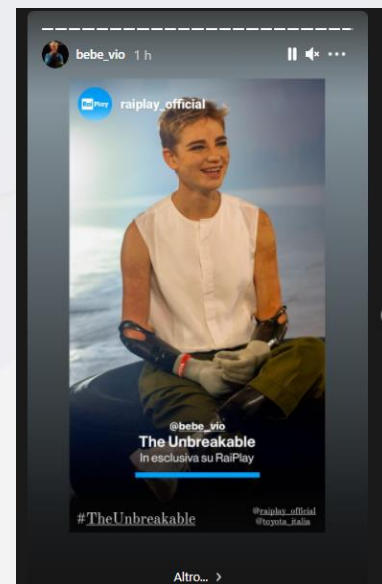
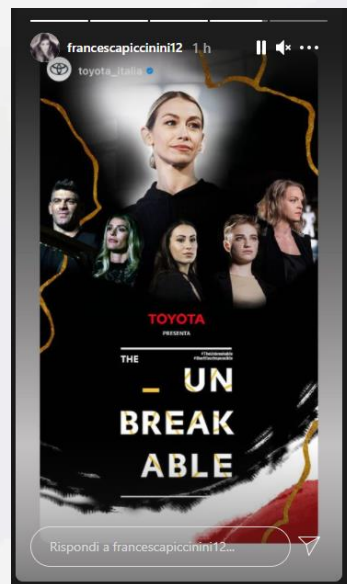
Dal 7 Giugno



Il social Storytelling



SOCIAL



**POST VIDEO E STORIE INSTAGRAM CON LANCIO DEI CONTENUTI ESCLUSIVI SU
RAIPLAY**

Dal 7 Giugno al 7 Agosto





Rai Pubblicità

FORMATI ADVERTISING
CROSSMEDIALI



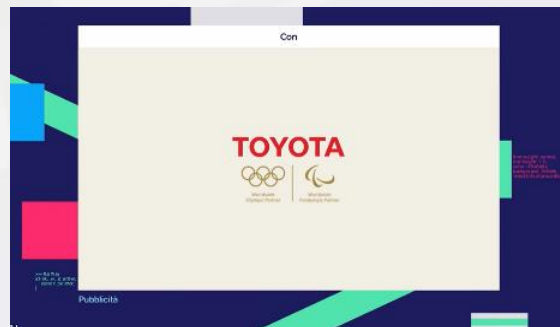
Formati Advertising e Content Digital



FloorAd

83% Viewability

2% CTR (rapporto fra il numero dei click generati da un annuncio e il numero delle volte in cui l'annuncio stesso è stato visto)



Video

98% Viewability (KPI per misurare le impressions effettivamente visualizzate dagli utenti)

94% Completion Rate (percentuale di impressions degli annunci video riprodotti fino al termine)



Rai Pubblicità

RICERCA THE UNBREAKABLE



Metodologia

Indagine quantitativa che analizza le performance di gradimento e coinvolgimento del branded content

Al campione è stato mostrato un video che racconta il programma The Unbreakable realizzato da Rai e Toyota.
In seguito gli intervistati hanno risposto al questionario.

- Universo **Adulti 18-64 anni**
- Casi **649**
- Data dell'indagine **3 Agosto 2021**

Gradimento

Voti di gradimento molto elevati grazie alla forza dello story telling e l'impatto delle immagini



molto (8-10)

63%

abbastanza (6-7)

18%

poco/per nulla (1-5)

19%

D. Toyota e Rai hanno realizzato insieme The Unbreakable.

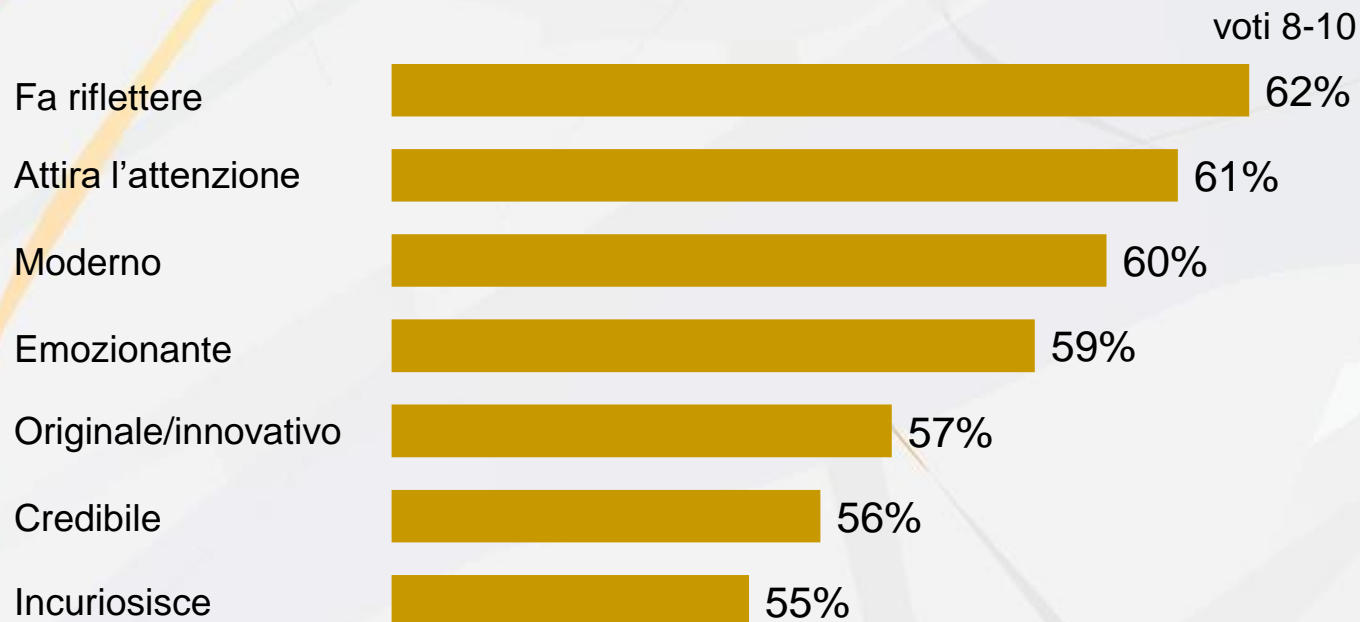
Il video che hai visto racconta il progetto ed i valori che Toyota voleva comunicare attraverso il programma.

Da 1 a 10, quanto ti è piaciuto questo nuovo modo di comunicare?

Base Rispondenti: 649

Variabili di Gradimento

Storie che fanno riflettere, raccontate in modo emozionante e moderno

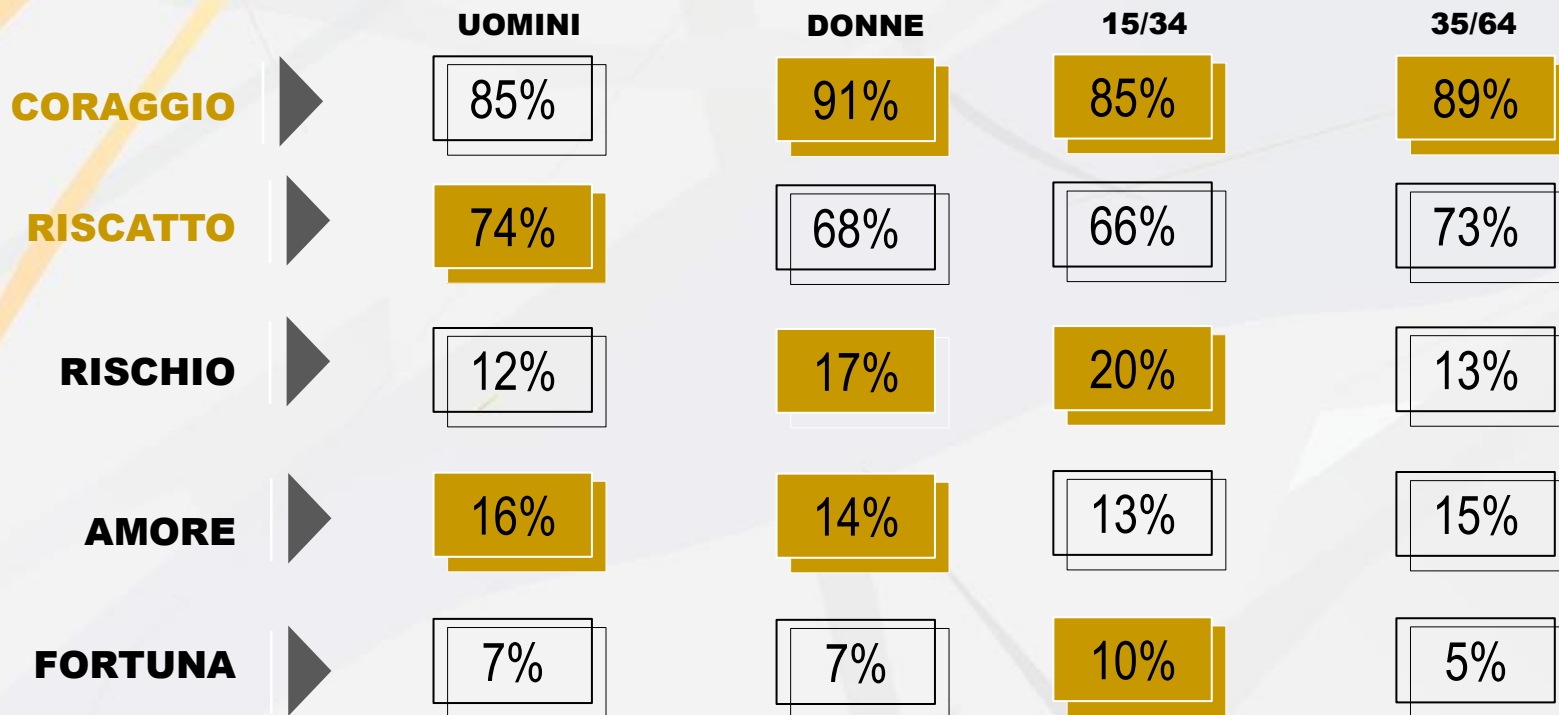


D. Come valuti questo progetto Toyota?

Base Rispondenti: 649

Parole Chiave

La parola riscatto è maggiormente sentita dagli uomini. Coraggio e rischio sono invece più femminili



D. Quali sono le 2 parole che assoceresti maggiormente a The Unbreakable?

Base Rispondenti: 649

Valori

Per tutti il valore chiave che è emerso è Determinazione. Giovani e maturi danno invece pesi opposti ai valori di forza e positività



D. Quali sono i 2 MESSAGGI/VALORI che è riuscito a comunicarti MAGGIORMENTE?

Base Rispondenti: 649

Brand Opinion

Mi fa capire che **TOYOTA** è attenta all'inclusione delle diversità

Il progetto è **coerente** con Rai

Il progetto è **coerente** con il brand Toyota

voti 8-10



La mia opinione su Toyota è **migliorata**
61%

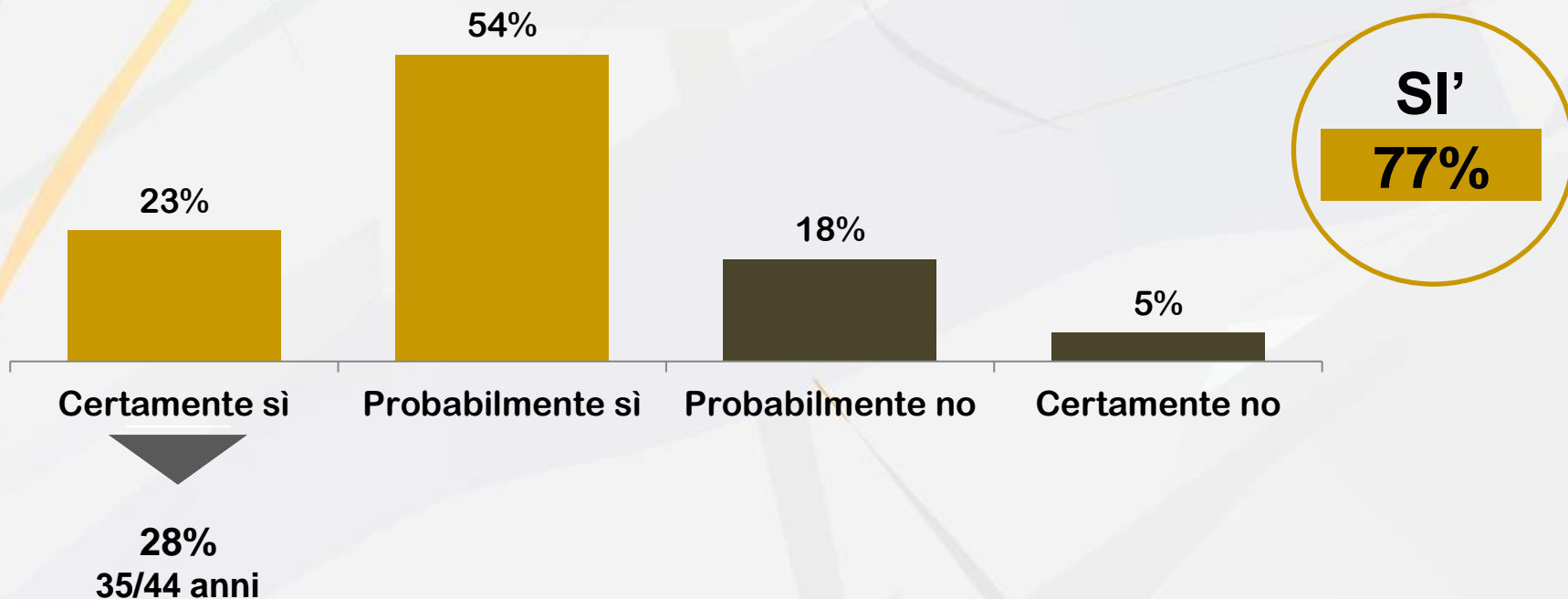
65% Donne
64% 25/34 anni



Base Rispondenti: 649

Consideration

D. Pensi che questo progetto ti invoglierà a considerare maggiormente Toyota nel caso tu dovessi acquistare un'auto nuova?



Base Rispondenti: 649

Consideration

Il successo di The Unbreakable conferma i lati positivi di questa forma di comunicazione, molto gradita dagli spettatori

Molto positive
Positive

32%
49% } 81%

Sono assolutamente al passo coi tempi **80%**

Indifferente

16%

Permettono alle tv di fare dei programmi più innovativi **77%**

Negative

3%

Anche se è pubblicità, le vivo con naturalezza **63%**

D. Come valuti queste collaborazioni fra programmi e brand?

Base Rispondenti: 649

Rai

TOYOTA
PRESENTA

THE

UN
BREAK
ABLE

