



# GUERRILLA GARDENERS

LA 5

2018



Luglio 2017



## GUERRILLA GARDENERS 2

Prodotto, fattori di videoevoluzione s.r.l

[www.lavideoevoluzione.com](http://www.lavideoevoluzione.com)

Sede Legale Via Domodossola 7, 20145 Milano

mobile +39 338 8919113

e-mail [riccardop@lavideoevoluzione.com](mailto:riccardop@lavideoevoluzione.com)



Guerrilla Gardeners è il programma che promuove il *'verde a 360°'* in TV.

una vera e propria **gara** in cui due squadre si sfidano a colpi di 'fiori' in diverse guerrille, ovvero prove finalizzate a fare **'sorprese verdi'** ai più svariati destinatari. A giudicarne la riuscita: un esperto e i destinatari stessi delle sorprese, a cui si aggiungono prove pratiche e teoriche che, in alcuni casi, diventano **originali tutorial dedicati ai prodotti utilizzati**.

La chiave di **intrattenimento** che caratterizza il programma permette di parlare ad un pubblico più vasto di quello delle trasmissioni rivolte ai 'soli appassionati', **veicolando in modo efficace ed innovativo il messaggio commerciale**.

**ASCOLTO MEDIO CUMULATO**  
singolo episodio

fino a INDIVIDUI

**151.000 a.m.c.**

**COPERTURA EDIZIONE 2017**

INDIVIDUI **3.345.437**

AUDULTI 15-64 **2.299.808**

DONNE 15-44 **656.151**



**GUERRILLA  
GARDENERS**

**NUOVA EDIZIONE** PRIMAVERA 2018



## Fai conoscere e racconta il tuo brand con Guerrilla Gardeners



Clicca sull'immagine e accedi al video di 2 minuti che ti mostra la **brand integration** in Guerrilla Gardeners, ovvero puoi verificare tu stesso modalità e qualità di visibilità dei prodotti all'interno del programma.

**Chi ama il mondo del gardening guarda Guerrilla Gardeners!**



**GUERRILLA  
GARDENERS**

**NUOVA EDIZIONE**

PRIMAVERA 2018



**Grazie al linguaggio del game show, Guerrilla Gardeners non parla solo agli appassionati di gardening, ma anche a potenziali nuovi acquirenti!**



Clicca sull'immagine e accedi al **trailer** che racconta più nel dettaglio le dinamiche del programma.

Dopo gli ottimi risultati ottenuti in Italia, Guerrilla Gardeners è ora un formato distribuito in tutto il mondo da Mediaset Distribution.

**Guerrilla Gardeners, è unico nel suo genere!**



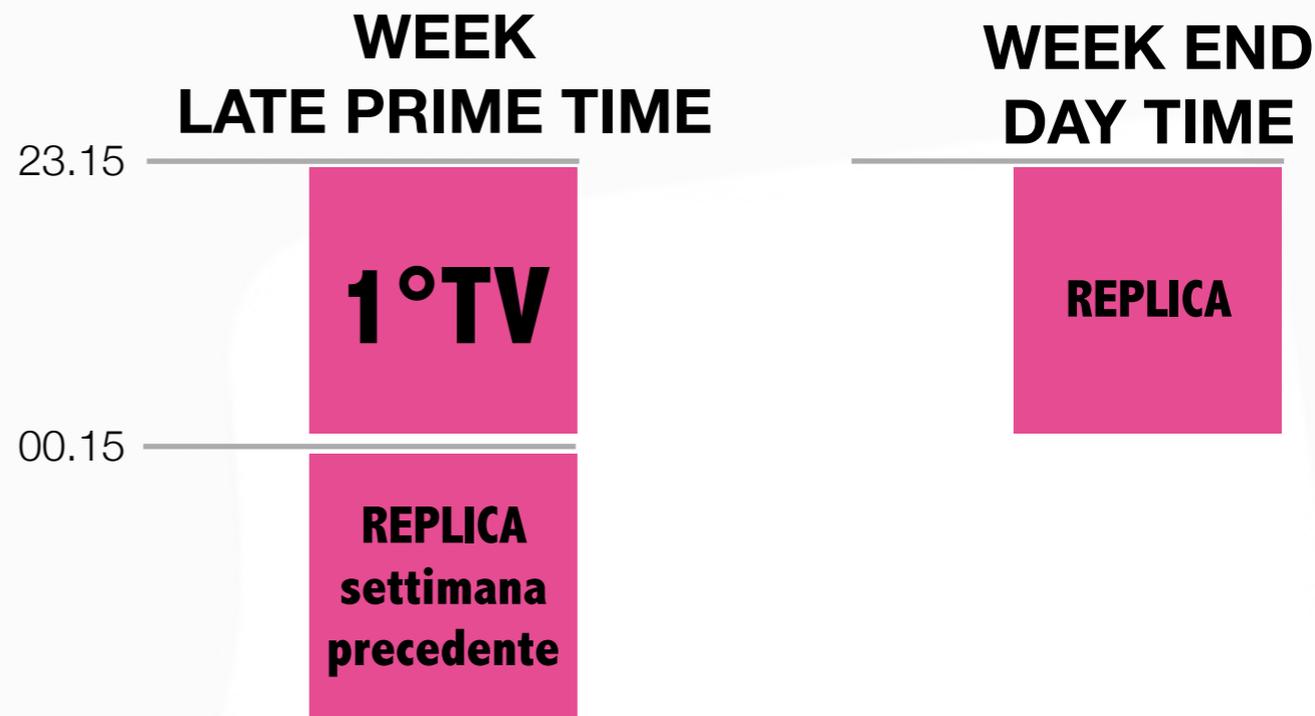
**GUERRILLA GARDENERS**

**NUOVA EDIZIONE**

PRIMAVERA 2018

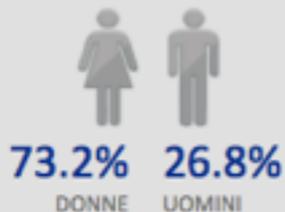


**6 PUNTATE,**  
3 passaggi per ciascuna.  
**18** passaggi totali



SHARE 24 ORE

**0.8** 15-64 anni  
**1,4** Donne 15-44 anni



Individui

Copertura media settimanale 6.200.000

DONNE - INDICE DI CONCENTRAZIONE



SU **LA 5**

Le produzioni 'al femminile' che decretano il successo di Canale5, insieme a produzioni originali esclusive, per un pubblico attivo e ben profilato. Questa è **La5**. Canale 30 DTT.



**GUERRILLA  
GARDENERS**

**NUOVA EDIZIONE**

PRIMAVERA 2018



**IL FORMAT:** 2 SQUADRE COMPOSTE DA 2 COMPONENTI CIASCUNA SI CONFRONTANO IN 4 SFIDE. 4 OCCASIONI DIVERSE PER RACCONTARE I PRODOTTI.

## PROVA GIARDINAGGIO

E' la **prova più tecnica** di tutte. Si svolge in serra o all'aperto e mette alla prova i concorrenti nelle attività più impegnative del mondo del giardinaggio.

Alcuni esempi: li vediamo dimostrare le loro conoscenze sulle modalità di semina, di trapianto di piante o nella creazione di una aula.

## DOMANDA&TUTORIAL

Si tratta di un vero e proprio quiz a risposta aperta per verificare il grado di conoscenza della materia da parte dei concorrenti. Ogni risposta, per voce del nostro esperto, diventa l'occasione per un breve **tutorial**, o comunque un **approfondimento** tra curiosità e consigli pratici.

## PROVA FAI DA TE



**Grande novità in questa edizione** è la prova dedicata al fai da te dove vediamo i concorrenti alle prese con piccoli lavori pratici finalizzati al decoro e al giardinaggio.

Una sola la regola: **chi fa da sé, fai da te! :)**



## GUERRILLA FINALE

Si tratta della **s f i d a principale** che caratterizza il format. Si basa su una **sorpresa "verde"** da fare ad una terza persona o gruppo di persone coinvolti a loro volta come giudici della stessa.

L'oggetto della guerrilla cambierà di puntata in puntata adattandosi alle storie che di volta in volta saranno da raccontate.

Alcuni esempi: l'allestimento di un matrimonio all'insaputa di sposi e parenti, l'addobbo del foyer di un teatro giudicato poi dagli stessi spettatori o la decorazione di una location in tema western per gli sfidanti in una gara di balli in linea.





**GUERRILLA  
GARDENERS**

**NUOVA EDIZIONE**

PRIMAVERA 2018



**Ogni momento del programma è occasione di visibilità e racconto!**

## PRODOTTI IN UTILIZZO

Le prove non solo sono l'occasione per **visualizzare i prodotti, mostrandoli in azione**, ma anche quella di **sottolinearne le modalità di utilizzo** (chiamata **APPROFONDIMENTO**) concordate con il Partner attraverso interventi scritti ad hoc per voce dell'esperto. Guarda un esempio di approfondimento cliccando sull'immagine:



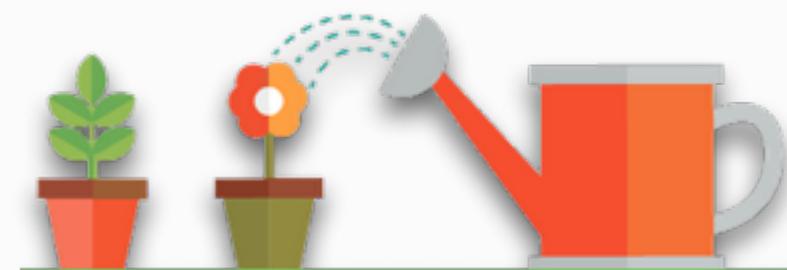
## APPROFONDIMENTI

## TUTORIAL

Con la prova teorica si utilizza la chiave del quiz per far arrivare in modo chiaro i messaggi, in stile HOW TO.

Il prodotto non solo è visualizzato, ma è oggetto della domanda, tramutando la spiegazione della risposta giusta in un video-tutorial di cui è protagonista.

**L'episodio può diventare un video autonomo da condividere sul web e nei social.**



**SI SONO ALLARGATI I CONFINI DELLA  
FRUIZIONE TELEVISIVA.  
ORA LE IDEE PER LA “TV” NON POSSONO  
PIU’ ESSERE QUELLE DI PRIMA.  
LA VIDEOEVOLUZIONE® HA AVUTO INIZIO.**



## PRODOTTO SVILUPPA IL BRANDED ENTERTAINMENT IN ITALIA

Prodotto, è una società di idee e persone specializzata nel **branded entertainment** per la televisione e il web. Uno strumento che rappresenta per le aziende un nuovo modo di comunicare la propria identity, promuoversi e farsi pubblicità. Prodotto **idea, progetta, realizza e distribuisce format "tv" originali** e progetti editoriali crossmediali, **creati su misura** sulle esigenze di comunicazione dei brand partner.

Il gruppo creativo di Prodotto dà vita a **progetti multiplatforma** finalizzati a intrattenere, coinvolgere e fidelizzare il pubblico di uno specifico **brand committente**, ispirandosi **alla sua identity** e alle **specifiche necessità di comunicazione dell'azienda**, realizzando così ogni volta un **progetto su misura ed originale**, attenendosi anche ai **budget più contenuti**. Ogni idea viene così realizzata **chiavi in mano** e, grazie al sodalizio con importanti canali televisivi nazionali e con content provider primari, Prodotto garantisce la messa in onda e la veicolazione stessa dei suoi lavori.

Il concetto di videoevoluzione® è nato nel 1997 e si fonda sulla tesi che **la televisione non è più solo sul televisore**. La **"Tv" videoevoluta** nasce dall'incontro – e non dallo scontro! – tra televisione ed internet. La centralità ora l'ha il contenuto, la cui fruibilità è personalizzata a seconda della piattaforma ospitante. Un'occasione per le aziende per **comunicare la propria identity, promuoversi e farsi conoscere**, attraverso un prodotto video di puro intrattenimento per il pubblico - e per questo di maggiore appeal - che sappia sempre più **coinvolgerlo e fidelizzarlo**. Progetti che abbiano le radici in televisione e nel web, ma che siano strutturati per avere mille declinazioni: come eventi localizzati o applicazioni social, solo per fare degli esempi.

**Interpretare l'innovazione per dar vita a nuove idee.** Questo l'obiettivo quotidiano di Prodotto.

**In 5 anni** Prodotto ha ottenuto la **fiducia di importanti aziende**, che si sono affidate per comunicare il loro brand attraverso progetti editoriali per la televisione e per il web. Tra questi: Asus, Barilla, De'Longhi-Kenwood, Fiorucci Salumi, Forst, Lloyds Farmacia, MdM Group, Merz, Parlamento Europeo, Porsche, Sony Play Station, Star, 20th Century Fox Home Entertainment...



IL MEGLIO DI ME!



Real Time





Grazie per il tempo che ci avete dedicato!

Ricordandovi che quanto riportato in questo documento è strettamente riservato, non divulgabile e di esclusiva proprietà di Prodotto, fattori di videoevoluzione s.r.l., vi porgiamo i nostri saluti.



Sede Legale Via Domodossola 7, 20145 Milano  
Sede Operativa Viale Boezio 6/4, 20145 Milano  
fisso +39 0245373530

Riccardo Pasini

mobile +39 338 8919113

e-mail [riccardop@lavideoevoluzione.com](mailto:riccardop@lavideoevoluzione.com)

Lara Divincenzo

mobile +39 347 4814490

e-mail [prodotto@lavideoevoluzione.com](mailto:prodotto@lavideoevoluzione.com)