

2 febbraio 2022

Incarichi Lo youtuber MrBeast sceglie Johannes per la creazione di un filtro gaming su Instagram

C'è la social live agency italiana dietro l'ultima challenge lanciata dal protagonista americano per promuovere la sua catena di fast food "MrBeast Burger"



Mr Beast, celebre in tutto il mondo come lo youtuber filantropo più pagato al mondo che regala soldi a chi vince le sue challenge, ha lanciato la sua ultima sfida sul web, volta a promuovere la propria catena di fast food delivered-only "MrBeast Burger", e per farlo ha scelto di affidarsi a una realtà italiana: Johannes, social live agency specializzata nello sviluppo di tecnologie per eventi e di soluzioni digitali ingaggianti, quali tool online customizzati, filtri e realtà aumentata per i social, advergaming e video content. L'obiettivo del giovane imprenditore Jimmy Donaldson, in arte MrBeast, che su YouTube conta più di 60 milioni di iscritti e i cui video sono stati visti oltre 13 miliardi di volte, era quello di celebrare il nuovo anno con un contest della durata di 24 ore (attivo solo nell'America del Nord), mettendo come sempre in palio una sorpresa. Johannes ha così creato e sviluppato un gioco fruibile su Instagram attraverso un filtro in realtà aumentata che permettesse all'utente che avrebbe ottenuto il punteggio più alto di vincere un migliaio di hamburger. Il filtro, disponibile sulla pagina Instagram di "MrBeast Burger",

la catena che in un solo anno di attività ha raggiunto più di 2.000 ristoranti, è stato lanciato il 1° gennaio 2022 e in un giorno hanno partecipato al contest oltre 20.000 utenti nel Nord America. L'utente, muovendosi e aprendo la bocca, tramite la tecnologia del face-tracking, deve riuscire a "mangiare" il più elevato numero di icone che scendono dall'alto, con i nomi dei panini presenti nel menù del fast food, cercando di inghiottire anche il logo "MrBeast Burger", bonus item che regala tempo extra, visibile in real time, così come il proprio score, e che va a modificare il colore del volto. "È una grande soddisfazione essere stati scelti da un imprenditore statunitense, oggi riconosciuto come il più celebre creatore di contenuti nel mondo web, e, ancora di più, aver realizzato un prodotto che nel giro di 24 ore è stato utilizzato da decine di migliaia di persone. Il gaming-filter è stato frutto dello strategico lavoro da parte del team di Star, la nostra unit dedicata ai filtri e alla realtà aumentata, con un focus particolare sul social", commenta Vittorio Castelli, Chairman & Co-founder di Johannes.