

## **Original production: dall'idea alla messa in onda**

Il branded entertainment è un gioco sottile di equilibri. Un prodotto con due committenti, il brand e l'editore, e diversi soggetti che partecipano alla filiera, ognuno con le proprie istanze. Un gioco difficile, faticoso, ricco di punti di contrasto, che però porta un grande valore: al brand, all'editore e soprattutto al pubblico.

Le regole scritte ma anche quelle non scritte, le cose da fare e da non fare, la divisione dei ruoli e gli strumenti in campo: come si realizzano, dal oltre dieci anni, i progetti branded in Mediaset.