

NASCE UN NUOVO CANALE

236 +6

caccia  pesca

Clicca qui per vedere lo spot 

Home video Warner Italy punta sul Blu-Ray, su stampa con i Grandi Classici e su MTV con il sesto Harry Potter

Il web centrale nella strategia di comunicazione della società, con implementazione a cura di **Real Time**. Pianifica MediaCom



Sopra, Harry Potter e il principe mezzosangue. A lato Una notte da leoni

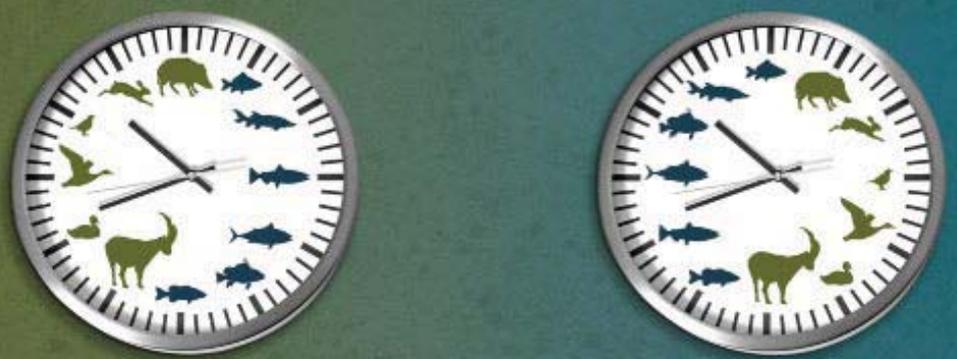
Warner Home Video Italy punta sul formato Blu-Ray e sulle sue potenzialità interattive. La società operativa nel mercato dell'home entertainment ha oggi un catalogo di 200 titoli in Blu-Ray e, oltre a proporre praticamente tutte le sue nuove uscite anche con il nuovo formato, lo sta man mano introducendo anche per i suoi film di punta.

di **Andrea Salvadori**

«Da qui alla fine dell'anno - spiega a DailyMedia il marketing manager Dario Grilli -, Warner lancerà sul mercato le edizioni Blu-Ray di capolavori come Il mago di Oz, che celebra quest'anno i 70 anni di vita, Intrigo Internazionale (che festeggia il suo 50esimo anniversario), Inferno di Cristallo (trentennale) e Via col vento (anche per lui sono 70 le candeline da spegnere). I Grandi Classici Warner sono al centro di una campagna multisoggetto on air sui numeri di ottobre e novembre di Ciak, caratterizzata dal claim "Il Blu-Ray ti porta più vi-

cino», a conferma della centralità del nuovo formato nelle nostre strategie di sviluppo». Ma non è tutto, perché Warner si appresta a presentare ai cinefili una serie di importanti novità tecnologiche in occasione delle principali uscite natalizie. Harry Potter e il principe mezzosangue, il sesto capitolo della saga scritta ed ideata da Joanne Kathleen Rowling, uscirà il 17 novembre sia nella versione dvd sia con il doppio disco Blu-Ray. «Chi acquisterà il Blu-ray - spiega ancora Dario Gilli - avrà in regalo innanzitutto una copia digitale del film. Inoltre potrà sfruttare la tecnologia Bd-Live, che permette di scaricare ▶

SOLO SU **SKY** CANALE 236+6



LA TUA PASSIONE TI SEGUE. SEGUI LA TUA PASSIONE.

236 +6

Nasce un nuovo canale

Cambia la programmazione di Caccia e Pesca con 6 ore consecutive dedicate alla caccia e 6 alla pesca e arriva un canale che trasmette con una differita di 6 ore. Così seguire la tua passione diventa ancora più facile.

ABBONATI SUBITO ANCHE TU: VAI SU WWW.CACCIAEPESCA.TV



► dalla rete contenuti inediti sul film e sul mondo Warner, nonché entrare nella nostra community. Per Harry Potter e il principe mezzosangue, Warner sta pensando poi di sfruttare al meglio le potenzialità del Bd-Live organizzando per l'uscita del film il live screening, un evento in diretta web mondiale che permetterà anche agli appassionati italiani di rivolgere domande ai protagonisti del film». Per il lancio del film (oltre 18 milioni di euro al box office), che uscirà con una tiratura complessiva di 500.000 copie, la società ha messo a punto un piano di comunicazione del valore di oltre 200.000 euro che prevede: spot tv su MTV, advertising online su portali come Virgilio, Msn, 105net anche con attività di gaming, infiltration marketing su Facebook. Sul fronte del co-marketing, De Agostini distribuirà in edicola con le sue pubblicazioni 400.000 action figure con i protagonisti del film, mentre con Electronics Arts, che ha lanciato il videogioco ufficiale del film, è stato stretto un accordo di visibilità incrociata. «Per titoli di punta come il nuovo Harry Potter – spiega Dario Gilli – Warner investe in comunicazione il 50% del budget in attività off-line, il 50% in pubblicità sul web. Per film con box office meno prestigiosi, l'online assorbe invece il 80% dell'investimento». E' il caso ad esempio di "Una notte da leoni", un film capace di portare nelle casse della società 4 milioni di euro, che il 1 dicembre sarà in vendita sia nella versione dvd sia nella versione Blu-Ray: 50.000 le copie tirate e campagna advertising centrata su internet. L'agenzia che si occupa dell'implementazione delle campagne web è **Real Time**, mentre la creatività è sviluppata internamente dall'art director Fabio Mereghetti. Il media è infine a cura di MediaCom.

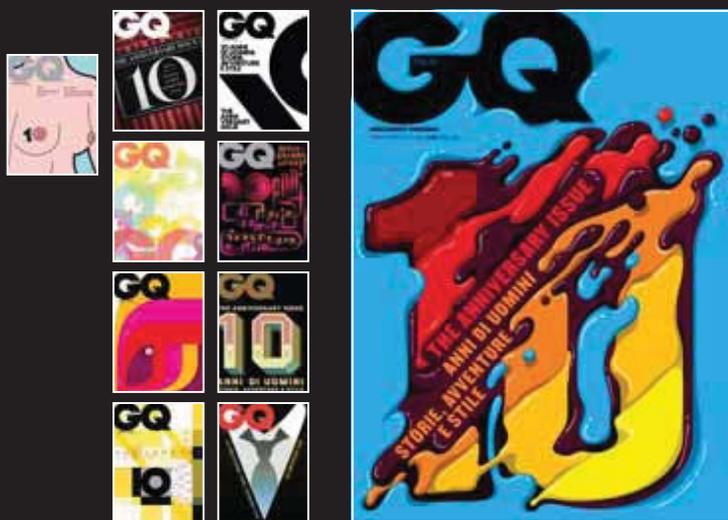
Incarichi Salini Costruttori punta su Eprcomunicazione

Eprcomunicazione ha un nuovo cliente. Si tratta di Salini Costruttori, il gruppo industriale privato specializzato nella realizzazione di grande opere che, con oltre 13mila addetti, si colloca a livello mondiale fra i primi player delle costruzioni idroelettriche. L'agenzia di comunicazione romana affianca il nuovo committente fornendo le proprie competenze per le attività di ufficio stampa, la gestione di progetti speciali e azioni di relazioni pubbliche.

GQ

10 ANNI

di uomini, storie, avventure e stile



- 10 anni, 10 copertine firmate dai migliori art director al mondo
- A ottobre oltre 200 pagine di pubblicità, il 5° GQ di sempre
- Una diffusione sana, senza abbinamenti a quotidiani o gadget
- L'ossessione per la qualità, un valore portante di Condé Nast
- Un target sempre più qualificato, una grande credibilità conquistata presso l'utenza