

NOTIZIE

Vuoi accedere ai contenuti speciali?

Registrati!

Più di 10 Mio singles!



Vuoi conoscere dei singles della t

Abbr

DailyOnline

DailyNet
QuotidianoDailyMedia
Quotidiano

DailySearch

almeno
una parolatutte
le parole

DailyNet - 19/01/2009

20TH CENTURY FOX HE**X-Files, il film in Blu-ray promosso su interne****Realizzati un canale YouTube, banner e video seeding.
Creatività di Xister, pianifica Isobar. A marzo nuove adv**

Una buona notizia per gli appassionati di mistero, paranormale, ignoto e tutto ciò che sfugge alle nostre capacità di comprensione. Ma, soprattutto, per gli appassionati di una delle serie televisive più apprezzate degli anni 90: X-Files. Dopo l'uscita del secondo film dedicato alla serie, i fan degli agenti Mulder e Scully potranno rivivere le emozioni della pellicola "X-Files: voglio crederci" anche in Blu-ray e dvd. Il primo formato sarà in vendita dal 22 gennaio, mentre la

versione dvd sarà disponibile dal 4 febbraio. Per il lancio della novità, 20th Century Fox Home Entertainment ha dato vita a un progetto di comunicazione multicanale, investendo 25 mila euro sul web. Per la prima volta l'iniziativa non ha coinvolto contemporaneamente entrambi i formati in uscita, ma è scissa in due momenti. Infatti, la campagna online, partita il 14 gennaio, è dedicata esclusivamente alla versione Blu-ray. La creatività del progetto è firmata da Xister, mentre la pianificazione, fino ai primi giorni di febbraio, opera di Isobar Communications. Innanzitutto, è stato realizzato un canale dedicato all'home entertainment di "X-Files: voglio crederci" su Youtube (www.youtube.com/user/XFilesBluRay), con una serie di video tratti dal film stavolta più orientato al paranormale rispetto ai misteri extraterrestri. La comunicazione consta anche di banner, distribuiti su siti mirati: Gamesurf, con l'obiettivo di comunicare ai possessori di Playstation 3, tra i migliori lettori Blu-ray in circolazione; Ibs.it, perché a breve consentirà l'acquisto del prodotto e ospiterà un videobanner fino al 10 febbraio; Mymovies.it, per gli appassionati di cinema, con banner in home page e nei canali cinema e dvd personalizzazione della Moviecard e newsletter customizzata inviata oggi; Messenger, per raggiungere il target più giovane, con un banner espandibile. Oltre alla display adv, l'iniziativa è caratterizzata da attività di video seeding: alcuni dei principali siti di video sharing come Google Video, Libero Video, Metacafe e altri. A marzo 20th Century Fox Home Entertainment lancerà anche le versioni "casalinghe" di 007 Quantum of Solace. Anche nella fattispecie la campagna coinvolgerà internet.

Fabio Costantino

[Home Page](#)[Archivio](#)[Agenda](#)[Rassegna stampa estero](#)[Database Aziende](#)[Ultime notizie](#)[Dailylive](#)[Link utili](#)[Data center](#)[Ricerche di mercato](#)

- **UNIEURO**
"Fuori tutto" passa anche da internet
Marzia Moretti: «Il nostro investimento sul web crescerà a 2 cifre nel '09»...
- **PIXEL ADVERTISING**
Cristina Pianura, a.d.:
«Un 2009 di crescita»
«Siamo pronti ad affrontare positivamente quest'anno, malgrado un primo calo»...
- **COMPUTER IO POSSO**
In uscita con Oggi e la Gazzetta dello Sport
Per il corso dedicato al pc advertising stampa, radio, tv di McCann Erickson...



Via Pietrasanta 14 Edificio7 - 20141 Milano
tel 02.53598.1 - fax 02.53598247 - p.IVA 06221500157

Per inviare i comunicati scrivetececi a: **redazione@ediforum.it**
Problemi e segnalazioni: **admin@ediforum.it**
Info sui contenuti web: **webcontent@ediforum.it**