

## CAMPAGNA MULTIMEDIALE PER UNIVERSAL PICTURES

# Torna in rete "L'incredibile Hulk"

PROGETTO CURATO DA XISTER: BANNER, WIDGET E ATTIVITÀ SU FACEBOOK



Uno dei banner della campagna dell'incredibile Hulk, in rete fino al 22 giugno

Mancano otto giorni al ritorno del gigante verde più famoso nella storia dei fumetti, della tv e del cinema. L'incredibile Hulk torna a imperversare sui megaschermi, dando vita a una nuova ed emozionante avventura. E a supporto di questo lancio, **Universal Pictures** ha pensato a una comunicazione imponente, imponente come questo gigante e come la vastità di internet, canale particolarmente sfruttato per la promozione della pellicola (si veda *DailyNet* del 16 maggio). In questo film, lo scienziato Bruce Banner, interpretato da **Edward Norton**, è disperatamente alla caccia di una cura per annullare gli effetti delle radiazioni gamma che hanno avvelenato le sue cellule, scatenando in lui la forza rabbiosa che lo trasforma in Hulk. Costretto a vivere lontano da una vita normale e dalla donna che ama, Betty Ross (interpretata

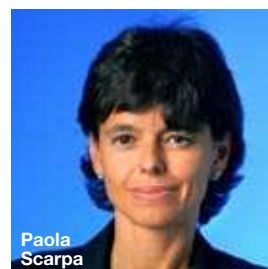
da **Liv Tyler**), Banner combatte per sfuggire all'ossessiva caccia nei suoi confronti del generale Thunderbolt Ross (**William Hurt**), che con le sue armi militari cerca di catturarlo per sfruttarne l'incommensurabile forza. Questa, in linee generali, la trama di "L'incredibile Hulk", che dal 2 giugno e fino al 22 è oggetto di una campagna multicanale che riserva al web una fetta importante del budget, considerando che il titolo si presta molto al mezzo. Come? Con una pianificazione su un target generico, cinematografico e teen, attraverso un progetto digitale che, oltre alla comunicazione banner, prevede il presidio delle community, dei blog e la diffusione online di materiale dedicato al film. Il progetto, curato interamente da **Xister**, prevede innanzitutto una campagna banner su portali **Msn.it**, **Libero.it**, **Tiscali.it** e il social network **Facebook**, con l'obiettivo di dare massima vi-

sibilità alla comunicazione attraverso formati particolarmente impattanti. I banner sono poi presenti anche all'interno del network blog di **Dada (Gamesblog, Cineblog,...)**, della community di **Leonardo.it** (in home page e nella sezione Fumetti) e del network **Studenti**. Su **Studenti.it**, in particolare, il progetto online vive una declinazione interessante, che va a braccetto con gli esami di maturità. Nelle prossime ore e fino al giorno di uscita della pellicola al cinema e di inizio degli esami, ci sarà la personalizzazione del sito con un countdown che percorre minuto dopo minuto la strada temporale che porta ai due eventi. Sul web verranno inoltre messi in circolo, con l'obiettivo di sfruttare l'effetto virale soprattutto sulle piattaforme di social network, widget contenenti trailer, sinossi, foto e altri contenuti sulla pellicola, a cui si aggiungono applicazioni speciali sempre in tema. Le rampe di lancio per questi gadget digitali saranno **Leonardo.it** e il canale realizzato da **Universal Pictures** su **Facebook**.

**Fabio Costantino**

## GOOGLE ITALIA

### PAOLA SCARPA, NUOVO RUOLO



**Google Italia** ha annunciato la nomina di **Paola Scarpa** a industry leader telecomunicazioni, media & entertainment, con il compito di sviluppare e implementare le strategie di business relative all'advertising online per questi due specifici mercati. Coordinando un team dedicato, Paola svolgerà attività di consulenza strategica e supporto operativo per i clienti italiani. «Le telecomunicazioni e l'entertainment sono mercati altamente strategici per Google Italia - ha commentato **Massimiliano Magrini**, country manager di Google Italia -. Sono convinto che in questo nuovo incarico, Paola ci consentirà di sviluppare ulteriormente il business».

Nasce una nuova era per l'Advertising



*Dada Ad*

Vai sul sito <http://dadaad.dada.net>

Telefona al numero 02/540271

Invia un SMS con scritto INFO al 347 0083480