Extrait du Close-Up.it - storie della visione

https://www.closeup-archivio.it/fast-furious-6-universal-pictures-e-le-attivita-promozionali

"Fast & Furious 6" Universal Pictures e le attività promozionali

- NEWS -

Date de mise en ligne : venerdì 17 maggio 2013

Close-Up.it - storie della visione

E' ormai imminente l'uscita nelle sale dell'attesissimo *Fast & Furious 6* che promette di cavalcare l'enorme successo della saga più adrenalinica della storia del cinema. **Vin Diesel**, **Paul Walker** e **Dwayne Johnson** tornano alla guida del cast di *Fast & Furious 6*, nelle sale italiane da **giovedì 23 maggio**, pellicola ricca di acrobazie mozzafiato e inseguimenti automobilistici e campione d'incassi nel mondo già con i film precedenti. La Universal Pictures, distributore del film, ha messo a punto un ricco piano promozionale che ha coinvolto una serie di aziende di levatura internazionale che hanno scelto di legarsi alla pellicola diretta da Justin Lin, molte delle quali avevano già sposato il precedente film. Protagoniste assolute del film sono le automobili: partendo dal *global placement* di **Alfa Romeo Giulietta** all'interno del film, il brand automobilistico, ha pianificato una intensa campagna tv tematizzata sul film per incentivare il traffico verso i concessionari. La prima catena di vendita di videogiochi in Italia, **Gamestop**, abbraccia nuovamente la franchise attraverso una promozione nei punti vendita: lo spot del film sarà trasmesso negli oltre 400 store dove, presentandosi con il biglietto cinema, sarà possibile usufruire di uno sconto del 10% sull'acquisto del videogioco del film di **Activision**; a supporto sarà attiva una campagna web su tutto il circuito Moviemedia e una campagna stampa su numerose testate videogame e hi-tech. Anche la catena **QSR Old Wild West**, risposa la saga e invita i propri consumatori a completare un simpatico test on-line (sei Fast o sei Furious?) per ottenere uno sconto sull'acquisto di Fast & FuriousT Showdown, il videogioco di Activision in uscita il 24 Maggio, presso la catena Game People. Prevista una campagna cinema a supporto. Rinnovata anche per questo nuovo episodio la collaborazione sia con Euronics, leader nel settore dell'elettronica di consumo, che promuove il film sugli schermi e sulla radio all'interno dei propri punti vendita, e veicola un concorso per aggiudicarsi esclusivi test-drive, dvd blu-ray degli episodi precedenti e premi tecnologici, che con Vitamin Store, il franchising di 100 punti vendita per gli sportivi e cultori della forma fisica, dove è possibile ritirare uno sconto valido per il catalogo home-video della saga. Non potevano mancare le attività di drafting con la divisione home-entertainment che per l'occasione rilancia tutta la franchise con expo dedicati, campagna web e cinema a supporto e omaggia il biglietto del nuovo film a tutti coloro che comprano un prodotto precedente. Infine sono state siglate importanti collaborazioni a livello di media-partnership: **Gazzetta.it** già da marzo e il network **Deejay** (radio, sito, tv) ad aprile e maggio hanno veicolato un concorso per assistere alla premiere internazionale del film, Coming Soon Television pubblicizza un concorso per aggiudicarsi il *prize package* internazionale, il canale Mediaset Premium lancia in concomitanza dell'uscita nelle sale la settimana Fast and Furious con clip, *featurette*, speciali e primi minuti del *footage* in esclusiva e un massiccio supporto pubblicitario.

Copyright © Close-Up.it - storie della visione