

HOME - CAMPAGNE

Per l'uscita dell'home video del film "Bohemian Rhapsody" è pronta una campagna marketing digital, social e offline

Autore: S Antonini

h 04.52 - 21/03/2019



Rossella Toti, Marketing Manager di 20th Century Fox HE Italia, spiega le iniziative attivate a sostegno dei lanci del 14 e del 28 marzo; previsti anche promo su canali Fox e attività con Virgin Radio

Il film sui Queen "Bohemian Rhapsody" si conferma un grande successo anche nella versione home video, in vendita dallo scorso 14 marzo nel formato digitale, con migliaia di unità già vendute nel primo fine settimana di messa in commercio a partire dallo scorso 14 marzo sulle principali piattaforme come iTunes, Google Play, YouTube, Rakuten Tv, Chili Tv, PlayStation, Xbox, TIM Vision. **È stato superato di oltre il 100% l'obiettivo della 20th Century Fox Home Entertainment**, società distributrice degli home video in partnership con la Warner Bros. per quanto riguarda il prodotto fisico e per molte di queste piattaforme il film ha battuto i record di vendita per il primo week end. Quest'ultimo in versione dvd e blu-ray arriverà nei negozi il 28 marzo, e sarà sostenuto da una campagna



Autore: Redazione - 15/11/2018

"Digitale, singolare, femminile": tutti i numeri del portale verticale DiLei

Pianificare pubblicità su DiLei significa raggiungere un target molto ampio e di...

LEGGI →



Autore: Redazione - 20/03/2019

Welcome in Spring

Questa sera tornerà la primavera e DFS, retailer dell'home e gardening, si è...

LEGGI →

televisiva sui canali Fox Channels Italy che si aggiunge alle iniziative di marketing messe in atto per la commercializzazione della versione digital, in primo luogo **un piano di comunicazione display e social sulle piattaforme Facebook e YouTube, realizzato con il supporto strategico di Mindshare**. Tutta la parte relativa alle relazioni pubbliche e con la stampa è gestita dalla Mario Mele & Partners.

La campagna marketing digitale

Con un incasso al box office di circa 29 milioni di euro "Bohemian Rhapsody" è stato il film più visto del 2018 in Italia, dimostrando che «il nostro Paese è terreno fertile per lo sviluppo di una campagna marketing a supporto del lancio dell'home video incentrata sulla popolarità dei Queen in una logica "always on", con momenti di contatto ogni settimana» spiega Rossella Toti, Marketing Manager 20th Century Fox Home Entertainment Italia. **Uno dei pilastri delle iniziative a supporto dell'uscita dell'home video è la partnership con la Universal Music, che distribuisce i dischi dei Queen e la colonna sonora del film**. Attraverso questa partnership sono state realizzate iniziative congiunte con la stampa e i social media, e il prossimo lancio di un cofanetto realizzato in edizione limitata dalla casa discografica che contiene il film e la colonna sonora dello stesso. «Il prodotto home video – sottolinea Toti – è particolarmente ricco, con **contenuti speciali e inediti tra cui la versione integrale del Live Aid mai vista prima**» per premiare il pubblico italiano particolarmente affezionato ai Queen. Le attività di marketing hanno coinvolto anche le piattaforme partner di vendita: Rakuten Tv ha realizzato una campagna display sulle smart tv, Chili Tv ha lanciato tra le varie attività ad hoc per il lancio una comunicazione web su circuiti Manzoni, una importante campagna stampa su Corriere e ha realizzato una campagna di pre-ordine in occasione dell'uscita del film nei cinema che prevedeva l'acquisto del film e di un buono per la visione in sala a un prezzo speciale. Sempre Chili, in concomitanza con la consegna dei premi conquistati ai Golden Globe e agli Oscar, ha realizzato una campagna sconto di una settimana legata alla prenotazione dell'acquisto dell'home video digitale. Tra le piattaforme partner ci sono Deezer, uno dei servizi di streaming musicale che sta più crescendo che comunicherà ai propri utenti l'uscita del film.

Le partnership offline

A sostegno della vendita home video sono state attivate anche partnership con la Barley Arts che produce lo spettacolo teatrale "We will rock you" per realizzare attività nei teatri; con le case editrici EPC Editore e Sperling & Kupfer, che hanno pubblicato rispettivamente un libro sul film e una nuova biografia di Freddie Mercury; e infine con **Virgin Radio. L'emittente del gruppo Mediaset ha realizzato una serie di contenuti veicolati in radio, sul sito e sui social e un contest per vincere le copie digitali del film e la colonna sonora**. Inoltre, la conduttrice Giulia Salvi oggi è in onda con uno speciale sul film e sulla musica dei Queen, che sarà poi trasmesso anche da Virgin Tv. Per rafforzare il legame con stampa e social influencer è stato organizzato un "London Queen Tour" che ha coinvolto giornalisti e social media influencer quali, per esempio, I Trentenni e Manuela Vitulli che in questi giorni daranno ampia copertura stampa e social all'uscita del film. Infine, il film è presente con proiezioni speciali a eventi come il Comix e prossimo **Romics**, in corso a Roma dal 4 al 7 aprile.

La campagna #STOMPFORQUEEN

Tra le iniziative ideate per l'uscita di "Bohemian Rhapsody" in versione home video c'è anche la campagna globale #stompforqueen che invita i fan a

realizzare e pubblicare sui social un video con la propria versione di "We will rock you". I video interessanti verranno inseriti nel video tributo ufficiale dei fan italiani che 20th Century Fox Home Entertainment realizzerà e condividerà sui suoi canali social e con Brian May e Roger Taylor. **La campagna ha anche una ricaduta sociale grazie alla donazione di 100mila dollari da parte di Fox a favore del Mercury Phoenix Trust, fondato da Brian May e Roger Taylor in memoria di Freddie Mercury, a sostegno della lotta contro l'Aids.** «L'iniziativa - commenta Toti - ha coinvolto anche alcuni nostri partner che hanno realizzato il loro speciale "stompforqueen", quali la Universal Music Italia (pubblicato anche dalla pagina FB ufficiale dei Queen), i deejay di Virgin Radio, Fox tv che ne ha fatto uno con i "Simpson", e i "Griffin"»

[← Prev](#)[Next →](#)

Correlati



CAMPAGNE

Autore: Redazione - 21/03/2019

È partita l'adv Pasta Armando con Alessandro Borghese, in radio e sul web

A partire dal 17 marzo e fino a tutto il mese di aprile, lo chef Alessandro...

[LEGGI →](#)

CAMPAGNE

★ STAR ★
COLLECTIONby Maddalena
Corvaglia**Autore:** Redazione - 21/03/2019

Deichmann sostiene "Star Collection by Maddalena Corvaglia" con la firma di Iaki

Deichmann è in comunicazione con una campagna a sostegno della collezione ...

[LEGGI →](#)

CAMPAGNE

Autore: Redazione - 21/03/2019

Tend porta in tv e al cinema Moretti Compact con diversi flight durante tutto il 2019

È on air in tv dal 17 marzo la nuova campagna crossmediale di Moretti...

[LEGGI →](#)