



Presentazione coefficiente
qualitativo e quantitativo
e monitoraggio Televisioni





Guardia di finanza (coeff. Dys : 3) - Secondi : 5

DYS 32

Accoglie la dottoressa all'ingresso della dogana.



Hyster (coeff. Dys : 3) - Secondi : 2

DYS 13

Muletto nel porto



Italgru (coeff. Dys : 2) - Secondi : 27

DYS 116

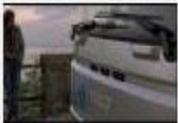
Gru sulla quale lavora sette anni dopo al porto di Trieste. Poi però causa vento, errore umano o quant'altro crolla. Certo sarà uno dei motivi del loro rincontrarsi e lui non muore. Però...



Iveco (coeff. Dys : 4,5) - Secondi : 2

DYS 19

Pullman che lui ha preso con logo inquadrato in primo piano



Product placement:

Tutti i loghi, prodotti e marche che compaiono all'interno dell'opera. Per apparizioni intendiamo tutti i loghi presenti nel film indipendentemente dal fatto che ci sia stata un'operazione di product placement vera e propria, uno scambio merce, un favore da parte del produttore, un'esigenza scenica o una svista del regista.

La decisione è dovuta alle seguenti motivazioni:

- 1) La definizione di product placement (Corti), la suddivisione commerciale/culturale di alcuni studiosi (Dalli), le scelte di alcuni siti "ufficiali" (Brandchannel) considerano oggetto di studio ogni logo contenuto nell'opera.
- 2) La necessità di comparare i vari posizionamenti indipendentemente dal tipo di operazione eseguita. Sarà compito esclusivo dell'azienda (l'unica che teoricamente sa il tipo di operazione effettuata) valutare quale di queste abbia portato i maggiori vantaggi.
- 3) Il sito vuole essere esaustivo nei confronti delle aziende che, in questo modo, possono monitorare ogni loro apparizione, anche quelle di cui erano all'oscuro.

Le streghe arrivano a Roma per unirsi a Mater Lachrymarum. La sequenza dell'arrivo con la regia di Argento e il montaggio di Fasano è fra le più interessanti e coinvolgenti del film. Fra tutti rimane impresso l'aereo Air One.



Atterraggio a Roma.

Film - Placement - Dettaglio - Dy's WORLD Beta Version 1.0 - Tutto qu...
http://www.dysworld.com



Le streghe arrivano a Roma per unirsi a Mater Lachrymarum. La sequenza dell'arrivo con la regia di Argento e il montaggio di Fasano è fra le più interessanti e coinvolgenti del film. Fra tutti rimane impresso l'aereo Air One.

Coefficiente 9

Product placement:

Nelle operazioni di product placement vengono inseriti il nome brand, il logo, una piccola descrizione del posizionamento, i secondi, il coefficiente Dy's e il Dy \$.

Per secondi si intendono i secondi nei quali il logo è visibile e/o citato e/o la relativa scena prosegue pur non avendo il logo in vista ma con il prodotto riconoscibile. Alcuni esempi:

- 1) automobili nel quale si può riconoscere un modello anche da alcuni particolari della carrozzeria
- 2) Si cita un prodotto e lo si utilizza per alcuni secondi pur non mostrando la marca
- 3) Particolari prodotti riconoscibili da particolari elementi esterni al logo. (interni di un ambiente, divisa di lavoro, pubblicità e così via)
- 4) Per prodotti protagonisti a pieno diritto del film (es Perugia in Lezioni di cioccolato, Costa Crociere in Natale in crociera ma anche la polizia in Romanzo criminale) dove la presenza è praticamente costante in tutto il film, si è presa la decisione di dare, anche in relazione agli evidenti alti valori che si ottengono con il coefficiente Dy's, un tempo forfettario di 1000 secondi.

Product placement:

Brand: Sono inseriti non solo prodotti ma anche istituzioni come Polizia e Carabinieri, Croce Rossa e associazioni come Amnesty International, i personaggi quando sono legati a determinati licensing, programmi televisivi e radiofonici, giornali, siti web e ogni altra cosa debba/possa essere pubblicizzata

Coefficiente Dy's: Il coefficiente Dy's valuta in una scala da uno a dieci il piazzamento di un prodotto o di una brand all'interno di un determinato prodotto cinematografico. L'analisi si basa sul posizionamento del prodotto in base ai dieci parametri che un'azienda dovrebbe tener presente nel momento in cui decide di effettuare un'operazione di product placement.

I parametri del coefficiente Dy's:

1. Successo film
2. Corrispondenza del film con target di riferimento brand
3. Caratterizzazione brand rispetto target film
4. Visibilità brand
5. Posizionamento brand
6. Interazione prodotto-storia
7. Interazione prodotto-protagonista
8. Analogie prodotto-protagonista
9. Coinvolgimento emotivo dello spettatore
10. Rafforzamento immagine-prodotto



Il primo punto (successo film), fondamentale durante la pianificazione di un'operazione, non viene preso in considerazione nell'analisi presente nel sito in quanto il successo è determinato dal numero degli spettatori totali che viene utilizzato per il Dy'\$

Product placement:

Coefficiente quantitativo: l'associazione, oltre ad aver sviluppato il coefficiente qualitativo Dy's ha anche sviluppato un coefficiente quantitativo che in fase di studio permette di orientare le scelte di investimento, e, a processo concluso, aiuta a valutare la riuscita o meno dell'operazione. La valutazione è composta di due fasi una qualitativa ed una quantitativa, dalla loro combinazione si ottiene un dato espresso in "GRP'S pesati" comparabile quindi con i più consueti investimenti media.

Pur essendo il metodo di valutazione usato, il coefficiente quantitativo non è applicabile ad una casistica così grande (oltre 20.000 brand) . Si è scelto allora di creare un nuovo coefficiente Dy'\$ denominato Dy's dollars.

Dy'\$ dollars: Il coefficiente Dy'\$ cerca di elaborare i dati fino a questo momento ottenuti cercando di un ottenere una valutazione del ritorno per l'azienda che sia standardizzato per tutte le operazioni di product placement presenti.

In questo modo si riesce a far interagire i parametri del coefficiente Dy's (emozioni , visibilità, target , interazioni e tutte le implicazioni per lo spettatore) con i secondi e il numero di spettatori .

Al contrario del calcolo di una semplice operazione pubblicitaria il calcolo del Dy'\$ varia in continuazione in relazione alle successive variazioni del box office e in seguito ai successivi passaggi televisivi.

Il risultato pur essendo espresso in valuta non ha (volontariamente) niente a che vedere con Euro, Dollari, Sterline, Yen , Tughrik o qualunque altro genere di valuta. Il nostro Dy'\$ serve solo per paragonare "monetariamente" il ritorno di un'operazione rispetto ad un'altra.

Tutti i coefficienti vengono calcolati indipendentemente se il prodotto/brand sia ancora in produzione o sia presente nel mercato italiano. Unica eccezione per i filmati d'epoca o dovuti alla cronaca nera reale. (es Renault 4 per sequestro Moro o Trenitalia per la strage di Bologna)



I Top 10
Settimana 0-1/2014





Altri marchi presenti



L'eredità – Puntata 4 Gennaio

Placement Sexy	Bottiglie posizionate in compagnia delle spiegazioni delle sexy teacher
Auditel	5.565.203
Secondi	36
Dy's	6.4
Dy'S	504.520
Rapporti Dy's (linkati)	 



CIRQUE DU SOLEIL®



Altri marchi presenti



DRAKON
CIRQUE DU SOLEIL.
SALTIMBANCO
CIRQUE DU SOLEIL.
VAREKAI

Cirque du soleil – Settimana

Cult	Promozione natalizia sugli spettacoli del Cirque du Soleil
Auditel	
Secondi	
Dy's	10
Dy'S	
Rapporti Dy's (linkati)	





Altri marchi presenti



Masterchef

Product sfida	Indovinare i tipi di pasta Barilla
Auditel	676.000
Secondi	8
Dy's	9
Dy'S	16.361 (puntata)
Rapporti Dy's (linkati)	





Altri marchi presenti



il Resto del Carlino

Un matrimonio – Puntata 03

Posizionamento culinario	Sceneggiato si trasforma in cooking show
Auditel	4.498.955
Secondi	3
Dy's	6
Dy'S	32.208
Rapporti Dy's (linkati)	  





Altri marchi presenti

MILANO
FINANZA

tiscali.

NASDAQ®

SECTOR

NO LIMITS.

IlSole 24 ORE

Nuotando con le lacrime agli occhi

Posizionamento	Ti porto alla festa di Galbani, ti spalmano tutto di Certosino
Auditel	62.526
Secondi	5
Dy's	7.5
Dy'S	933
Rapporti Dy's (linkati)	 

sky CINEMA



Wii™



Altri marchi presenti



Il dittatore

Posizionamento Geniale	Wii rivisitato dal dittatore
Auditel	2.730.000 (Italia)
Secondi	21
Dy's	7.9
Dy'S	37.742
Rapporti Dy's (linkati)	

DIVA
UNIVERSAL



magniflex



Altri marchi presenti



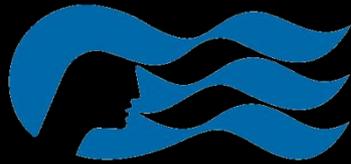
dyson



Cenci in Cina

Posizionamento Disaster	Product placement inutile per film invisibile
Auditel	53.000
Secondi	2
Dy's	1
Dy'S	9
Rapporti Dy's (linkati)	 





Altri marchi presenti

Il mentalista

Posizionamento	Bellissima panoramica e spottone della nave
Auditel	
Secondi	
Dy's	
Dy'S	
Rapporti Dy's (linkati)	 

FOXCRIME

THE BLACKLIST

Raymond Reddington & Elizabeth Keen



BOMBARDIER
LEARJET



Altri marchi presenti



Sheraton



The Blacklist

Posizionamento Over	Aereo con cui si muove Raymond
Auditel	
Secondi	
Dy's	
Dy'S	
Rapporti Dy's (linkati)	 

FOX



Altri marchi presenti



Sleepy Hollow

Citazione	Qua c'erano le scuderie una volta. Adesso è uno Starbucks
Auditel	
Secondi	
Dy's	
Dy'S	
Rapporti Dy's (linkati)	 