

Dy's Monthly News

All Rights Reserved © 2010 JMN & DY srl

«La mia invenzione è destinata a non avere alcun successo commerciale»
Louis Lumière

n. 3/7

Giugno 2011

SPECIALE ESTATE € 0,00

Il gruppo Dy's si rinnova e regala Dy's World

Le strategie del Product Placement

Dopo alcuni anni di assestamento del product placement il gruppo Dy's (JMN & DY) si rinnova rafforzando tutti i dipartimenti che da sempre forniscono gli strumenti adatti alle aziende per poter valutare le potenzialità di un progetto, le strategie da adottare e le analisi della concorrenza.

Rinnovata quindi anche la nostra e-zine che ad ogni uscita sottolineerà le novità relative ad ognuno dei nostri siti che sono stati ristrutturati per poter soddisfare qualunque tipo di esigenza.

I livelli (che potete trovare analizzati nella brochure ufficiale) sono:

Livello 1 - Dy's Chronicles - l'e-zine per gli amanti del cinema e ricercatori.

Livello 2 - Dy's News - Il portale del product placement per ricercatori e addetti ai lavori.

Livello 3 - Dy's Pedia - L'enciclopedia per aziende, Film Commission, Case di Produzione, Addetti ai lavori.

Livello 4 - Dy's World - L'osservatorio per aziende, centri media, concessionarie, agenzie di PR, pubblicità, televisioni.

Livello 5 - Dy's Pro - Il navigatore per aziende, case di produzione o cinematografiche, televisioni.

Livello 6 - JMN & DY - "Il braccio armato" - L'agenzia di product placement per aziende ed operatori cinematografici.

In occasione della versione 2.0 di Dy's News e del pareggio di Dy's World, siamo orgogliosi di offrire 3 mesi di prova gratuita ad importanti esponenti della comunicazione.



Buone vacanze - Formato Dy's World

In occasione dell'estate e del completamento di Dy's World (come struttura, il pareggio dei film italiani dal 2003 e degli sceneggiati pay dal 2008, free dal 2009 è previsto per l'autunno 2011), la JMN & DY srl offre ai professionisti della comunicazione italiana tre mesi di prova gratuita.

Dy's world è uno strumento fondamentale per chiunque abbia intenzione di avvicinarsi o abbia usato il product placement. Il più grande brand db disponibile sul mercato.

Se avete ricevuto questa e-zine basterà collegarsi al sito: http://www.dysworld.com/login_avviso.php ed inserire come user e psw quelli che troverete nell'email, oppure richiederla **cliccando qui**



3 mesi su Dy's World Che cosa ci faccio?

di GERARDO CORTI

Dy's World è un immenso archivio (di case histories del product placement) pensato per le aziende che può orientare nella scelta e valutazione dei progetti da sponsorizzare.

Dopo due anni di lavoro la struttura del database è praticamente finita ed è cominciata la compilazione delle schede che dovrebbe essere pareggiata entro ottobre 2011.

Le schede complete in Dy's World sono quelle dei film italiani e delle coproduzioni italiane dal 2003 (un anno prima dell'entrata in vigore della legge Urbani). Al momento abbiamo alternato film indipendenti, d'autore e poco conosciuti come **Onde** a film d'autore conosciuti come **Happy Family** e film dichiaratamente di cassetta (cinapanettoni) come **No problem** cercando di mantenere un certo equilibrio nell'analisi dei posizionamenti in modo da arrivare in modo omogeneo al riempimento totale.

I film sono tutti quelli completamente italiani come **Texas** le coproduzioni principalmente italiana come **Romanzo Criminale (ext. Vers.)** o i film in cui l'Italia entra con una piccola quota di produzione come **Dogville**.

Per quanto riguarda i film TV si è seguita la stessa logica partendo però dal 2009 (anche in questo caso un anno prima dell'entrata in vigore) e considerando ogni puntata un film a se, così Manuela Arcuri viene analizzata in una sola scheda nel film di Eros Puglielli **So che ritornerai**, per quanto riguarda **Il peccato e la vergogna** bisogna spostare l'attenzione sulle singole puntate (Il peccato e la vergogna - 1 puntata).

Diverso invece il discorso dei telefilm (pay-tv dal 2008, free dal 2009) che hanno sia le schede per episodio come **Il Commissario manara - Stagione 1 - episodio 2 - Vendemmia tardiva** o **RIS: delitti imperfetti - Stagione 5 - Episodio 12 - La vela insanguinata**, e come scheda riassuntiva come **Quo vadis, baby?** (La serie).

Oltre a questo analisi di cortometraggi di autori particolarmente interessanti, videoclip, documentari. Per quanto riguarda gli spettacoli televisivi, vista l'enorme mole, attualmente quelli che stiamo monitorando completamente sono su richiesta.

I NUMERI DI DY'S WORLD

Tutti le voci delle schede di Dy's World sono hiperlinkate. Fra i numeri, quello sicuramente più interessante è il numero di casi di product placement presenti che dalla 01 di **A/R Andata e Ritorno a Zumat The Flying Doctors** di **Ghost** sono (al 29-05-2011) 4032.

Gli altri numeri:

Aziende.....2733
Brand.....15000
Prodotti.....410
Location.....479



The ultimate resource of product placement

Dy's PRO

In questo numero

chi l'avrebbe mai detto: (noi)
Anche gli zombie comprano
Notizie fresche
New Dy's News
Wiki-brand
Prodotti e cinema
Dy's Pro
I progetti cinematografici in partenza

Anche gli zombie comprano

Momento di ferma nei numeri di Dy's Chronicles dovuto alla crescita del gruppo e al suo ricollocamento all'interno dello stesso.



In attesa della nuova versione e del famoso *Si Logo* sui migliori posizionamenti dello scorso decennio, stanno affiancando Dy's News alcuni speciali, primo fra tutti quello dedicato agli Zombie. Come avevamo infatti anticipato i morti viventi sono da sempre degli ottimi venditori di armi, cibo, bevande, auto, centri commerciali, e mezzi per la sopravvivenza, stazioni di servizio e ogni altro genere di prodotto.

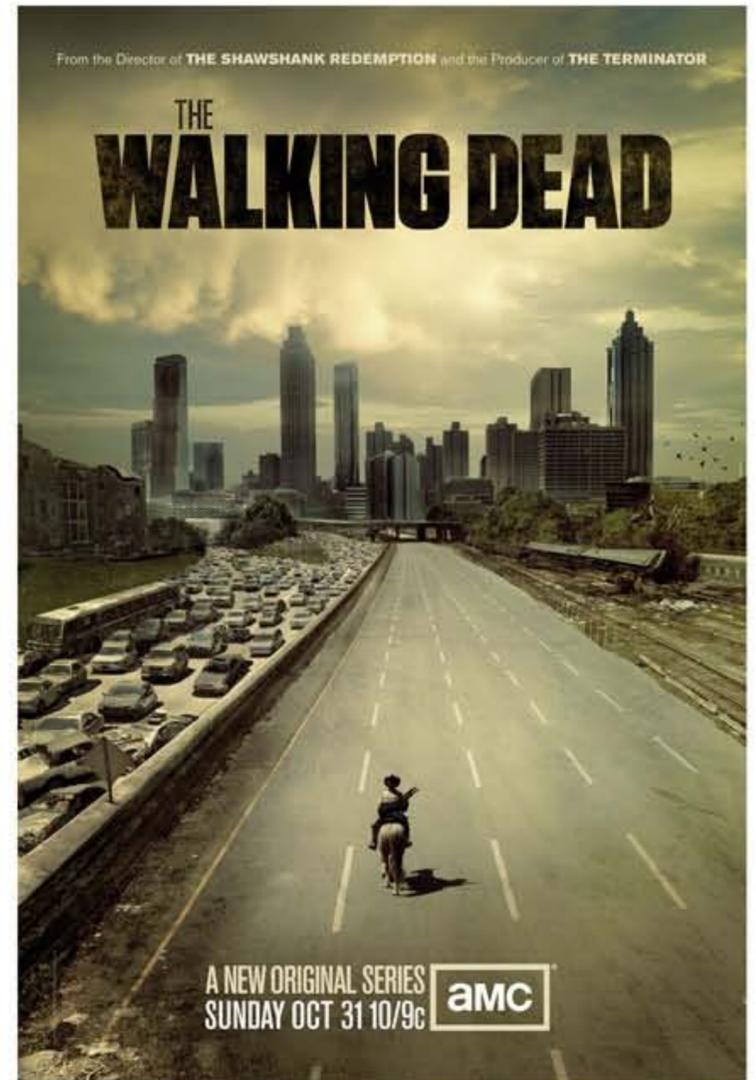
Dalla sezione dedicata durante il festival del Product placement di Lecco del 2008 ad ora, le nostre previsioni si sono avverate e oggi gli

zombi sono più che mai di moda con fumetti, convention, film, videogiochi e serie televisive.

Si sono appena concluse in Italia le riprese di *Eaters* prodotto da Uwe Boll e si preannunciano dalle nostre parti ben altri tre film che in un modo o nell'altro hanno a che fare con loro.

In attesa di un numero monotematico trovate come allegato allo speciale di Dy's News *Anche gli zombie comprano*, la Guida alla sopravvivenza in caso di attacco.

Cosa fare, dove rifugiarsi, di chi fidarsi e, soprattutto come ucciderli.



HIT PARADE ZOMBIE



TV CULT - THE WALKING DEAD (2010)

E' arrivata in Italia su FOX la serie televisiva *The Walking dead* tratta da un fumetto culto.

Diretta da Frank Darabont la serie parla di un gruppo di uomini guidati da uno sceriffo che cerca di sopravvivere ai morti.

La serie, oltre a mantenere tutte le caratteristiche dei film del genere, con l'ovvia presenza delle marche, mostra anche dei flashback, modello "Lost" dove si vede la vita dei protagonisti prima che tutto cominciasse.

The Walking Dead - ogni lunedì, in seconda serata su FOX

New Dy's News

Dossier e canali tematici

Rivoluzione d'autunno anche per Dy's News il portale italiano del product placement.

Non più solo semplici articoli vagamente descrittivi del film/ telefilm/ clip/ programma e indicazione di alcuni brand presenti, ma vere e proprie analisi sia del prodotto che dei più significativi brand inseriti.

Ricerche non solo sui prodotti italiani o che si sono visti nel territorio italiano, ma anche ricerche di **blockbuster internazionali, serie inedite**, con particolare attenzione ai festival cinematografici di settore come il **Far East Festival** di Udine

(il meglio del cinema orientale), il *Ravenna Nightmare* (horror) o il *milleocchi di Trieste* (cinema sconosciuto).

Implementazione delle schede con sheet del prodotto, link alle schede degli altri siti del gruppo, dossier scaricabili a tema e possibilità di implementazione con trailer, e banner di collegamento con distributori prodotto e/o quelli delle brand presenti.

Canali tematici dedicati all'analisi dei programmi di punta.

Al momento i canali sono stati scelti in base alla loro importanza cercando di mantenere una generale *par condicio*.

Così per la RAI è stato scelto *The X-factor* e *Ho sposato uno sbirro*, per Mediaset *Il Grande Fratello* e *i Cesaroni* e per Sky *Romanzo Criminale 2* e *The walking dead*.

A breve arriveranno *Lady Gaga*, *Harry Potter & Co.* e *Dy's Hot*.

Novità anche per quanto riguarda i social network con apertura del canale Dy's su *facebook*, su *linkedin* e su *Twitter*.

Ottimi i risultati sia per quanto riguarda la quantità di visitatori giornalieri in costante crescita, che la scalata di posizioni nell'indice *Alexa.com*.



CAMPIONE DEL 2010: CALDO CRIMINALE

Articolo più letto dell'anno quello dedicato al film per la tv *Caldo Criminale* con Sabrina Ferilli e Gabriel Garko trasmessa da Canale 5 il primo di ottobre. La storia parla di una donna che riesce a sventare un omicidio che sta per avvenire nella finestra di fronte. Da quel momento si trova al centro di un mistero nel quale rischierà di morire. Fra i product placement citati *I love cute guys*.

Qui l'articolo su Dy's News



Prodotti e cinema

Partita da circa tre mesi Dy's Pedia è una raccolta di schede che analizzano l'inserimento di prodotti, brand, location all'interno delle pellicole cinematografiche.

Un work in progress che cercherà nel corso del tempo di essere più esaustivo possibile. Al momento le prime schede completate sono quelle relative all'utilizzo dei prodotti. Molte delle schede sono state prese dagli appunti di lavorazione di "A sud di Band-Aid, il product placement nella comunicazione aziendale" di Gerardo Corti.

Si va da **Abbigliamento** (a sua volta diviso in **abbigliamento sportivo, Jeans, T-shirt, calzature, pellicce, Zaini / borse/ valigie, occhiali Orologi e Intimo**) a **Trasporti**;

Le schede cercano di analizzare non solo l'utilizzo canonico del prodotto, ma anche quello improprio o originale. Così scopriamo che *Tarzan* per viaggiare usa *UPS* (scheda **Corriere espresso**) che *Campanellino* ha come letto l'*American Express* (scheda **Carte di credito**) e che dentro il servizio segreto inglese ci sono i distributori della *BP* (scheda **Compagnie petrolifere**).

10 le schede delle Brand al momento presenti. Le schede analizzano il più bel caso di product placement secondo il *coefficiente Dy's*, il miglior posizionamento nel cinema europeo, in quello americano, nel Far East, in the other countries e un caso televisivo. Le prime marche presenti sono

20th Century Fox, Arbre Magique, Agip, American Express, Fenton's Creamary, Jaguar, Nutella, Ritz, S. Pellegrino, Tic Tac

SCHEDA COMPLETA - S.PELLEGRINO

Fra le schede delle Brand quella di *S.Pellegrino* è la completa al 2006.

Da *l'Imperatore di Capri*, film con Totò del 1949 a *Scoop* film con Woody Allen del 2006 passando per il seduttore, James Bond, Celentano, *l'allenatore nel pallone*, *Hitch* e *Beautiful*.

Per il dossier completo:

<http://www.dyspedia.com/joomla/1949-2006-s.pellegrino-file-bmdb-completo/1949-2006-s.pellegrino-file-bmdb-completo.html>



Dy's
PRO

Progetti cinematografici

Con Dicembre 2010 parte ufficialmente **Dy's Pro** un database specializzato per aziende; Dy's Pro è il punto di incontro fra la domanda e l'offerta nel campo del product placement (brand entertainment e sponsorizzazione legata ad eventi cinematografici e culturali). L'accesso è riservato agli operatori e permette alle aziende di conoscere le possibilità di placement per il proprio prodotto/brand attive in quel determinato momento.

PRIMA FASE: MODALITA' DI RICERCA

L'azienda può seguire tre modalità di ricerca:

1) Attraverso i TAG

Seguendo il percorso relativo al proprio prodotto, l'azienda può arrivare ad una lista di progetti in cui è già stato studiato un possibile (interessante) posizionamento del prodotto così da valutare i più adatti al proprio brand

2) Attraverso il Menù Principale

Seguendo il menù principale l'azienda può decidere il genere di evento da sponsorizzare (film, fiction, videogame, festival,...) e il sottogenere (horror, comico, drammatico, ...) e poi chiedere che venga costruito un posizionamento ad hoc per il proprio brand all'interno di un determinato prodotto.

3) Attraverso la ricerca

Attraverso la ricerca un'azienda può ricercare un progetto partendo da una parola chiave (zombi, amore, famiglia, supereroi,...) o un determinato regista, attore, casa di produzione, distribuzione e poi chiedere che venga costruito un posizionamento ad hoc per il proprio brand all'interno di un determinato prodotto.

SECONDA FASE: STUDIO POSIZIONAMENTO

Una volta scelto il progetto l'azienda può passare alla fase successiva cioè all'analisi del metodo di posizionamento.

Per i casi già ipotizzati (TAG) l'azienda che ne faccia richiesta può ricevere lo studio dettagliato dei posizionamenti studiati più la consulenza per le possibili variazioni dovute a specifiche esigenze del brand.

Per i casi voluti ma non ancora studiati, l'azienda può avere uno studio dei possibili posizionamenti eseguiti secondo le esigenze aziendali e rientrando pienamente nelle regole/poetiche del progetto filmico/culturale; Per ogni progetto vengono proposti all'azienda tre possibili metodi di posizionamento integrato aventi caratteristiche (e costi) differenti onde avere la maggior libertà di scelta possibile.

TERZA FASE: REALIZZAZIONE

Una volta studiato nei minimi particolari si procede attraverso alla realizzazione dell'operazione di product placement attraverso la JMN & DY

QUARTA FASE: ANALISI

Una volta realizzato il posizionamento il progetto verrà seguito nel ritorno economico attraverso il nostro strumento di analisi Dy's

Horror-Spy-Commedie-Fiction-Viral



Molti i progetti in partenza per l'inizio del 2011 sia italiani che internazionali.

Fra i progetti italiani un paio di film giovanilistici sulla scia dei successi di moccia & c.

Uno di questi partirà dalla moda dei social network per sviluppare le amicizie e gli amori dei giovani cercando però di mantenere un livello autoriale.

Altro teen-movie interessante, un pulp che percorre le orme di film come *Memories of Matsuko* e *Scott Pilgrim Vs. the World* (anche se la sceneggiatura è antecedente).

Un oscuro passato è invece alla base di una vicenda thriller che si preannuncia come uno dei primi torture-porn (genere che va per la maggiore si veda il successo dell'ultimo *SAW*) italiani.

Ritorno anche al Gotico italo con una storia ambientata in uno strano paesino circondato dalla nebbia e al noir con una serie

di film (80's) marcatamente thrilling ambientati nella Milano della moda e "da bere" e al genere zombesco con due storie una delle quali tratta da un racconto che ha riscosso molto successo.



Vari progetti anche per quanto riguarda i film d'autore, sia che si tratti di storie leggere di matrimoni e coppie più o meno assortite, ambigue e gay, sia che si trattino temi più seri o di attualità come un progetto importante riguardante le vicende che si svolgono prima, durante e dopo il terremoto dell'Aquila.

Anche la tv è ben rappresentata con vari progetti di sitcom, serie e format (come *Appartamento per tre* - box). Rimangono inoltre invariate le nostre proposte di piazzamenti nelle maggiori serie tv USA

Ovviamente, essendo una webzine "open" dobbiamo rimanere sul generico. Ogni ulteriore informazione su cast, possibilità di posizionamento, analisi e quant'altro verrà fornita a chiunque fosse interessato.



Sarà possibile ottenere informazioni, su tutti i nostri progetti sia italiani che internazionali, cinematografici e non scrivendo a sally.p@jmnanddy.com o contattando la **JMN & DY**

La Sit-com

Appartamento x tre è una fiction comica che ha come protagonista principale la tecnologia. La storia parla di una giovane coppia (e dei relativi amici che gravitano attorno a loro) alle prese con la loro casa domotica.

Un'occasione interessante per tutte quelle aziende che si occupano di tecnologia, sia per presentare i propri prodotti, sia per le interazioni che questi avranno



no di volta in volta con i protagonisti.

Una fiction stile americano che apre nuovi orizzonti per lo sviluppo del product placement in tv.

The screenshot shows the website interface for Dy's World. At the top, there's a navigation bar with links for 'Homepage', 'Abbonati a Dy's World', 'Segnala caso', 'Manuale d'uso', and 'Login'. Below this, a date '27.11.2010' is displayed. The main content area is divided into sections: 'SEZIONI' (Product placement, Soggetti Coinvolti, Rassegna Stampa, Geolocalizzazione, Categorie, Classifiche), 'Progetti in corso' (listing projects like 'Vorrei che fosse amore', 'Looking for hamlet', 'Story of the boss', 'Vorrei vederti ballare', 'Brand channel'), and 'Hit Parade' (listing 'Polizia', 'A.S. Roma', 'Carabinieri'). There are also search and research tools.



Product placement agency
www.jmnanddy.com
 Live and let dy

