Movieplayer.it realizza un progetto di comunicazione integrato in occasione dell'uscita nei cinema del film "JUMANJI: Benvenuti nella giungla" il 1° gennaio e chiude l'anno superando i 2 milioni e mezzo di utenti unici.

Il web magazine vertical del network di Netaddiction dedicato a cinema e serie tv conclude il 2017 con un progetto di comunicazione integrato tra formati speciali display e attività di influencer e social media marketing in grado di trasportare il suo pubblico nei fantastici mondi paralleli del film distribuito da Warner Bros.

Entertainment Italia.



Milano, xx dicembre 2017 – Con Movieplayer.it il detto "quest'ufficio è una giungla" diventa realtà. È in arrivo sugli schermi dei cinema italiani "JUMANJI: Benvenuti nella giungla", secondo atteso capitolo del film che oltre vent'anni fa aveva fatto scoprire a tutto il mondo il gioco in grado di catapultare gli spettatori in un mondo parallelo, una selvaggia giungla in cui avventurarsi tra ardue prove da superare per vincere il gioco.

<u>Netaddiction</u>, la media company italiana nativa digitale da 22 milioni di utenti unici al mese, ha studiato per il team Marketing Sony Pictures un **progetto digital speciale** che prevede l'attivazione di molteplici driver interni.

Dopo avere offerto a più di 300 lettori di Movieplayer.it la visione in anteprima nazionale del film in 4 sale **The Space** tra **Roma** e **Milano**, la prima attività digital pianificata è una <u>campagna adv ad alto impatto</u> che in queste settimane promuoverà il film nel periodo precedente al suo lancio nei cinema e nei primi giorni di presenza nelle sale sulle *home page* dei siti del network maggiormente in target: movieplayer.it, multiplayer.it e leganerd.com.

A questo si accompagna una pianificazione di **contenuti ad alto tasso di ingaggio e interattivi come i video** "**push to play**", distribuiti su **Facebook** attraverso gli account ufficiali delle community affini, con l'obiettivo di diffondere la call to action ingaggiando un audience variegata e molto ampia, circa 700 mila utenti, in modo ironico, strappando 12 secondi di intrattenimento.



Questi mini-video inviteranno gli utenti (che accedono da mobile) a premere un pulsante per assistere a una vera e propria morfizzazione del proprio ufficio, della propria cucina o della propria camera da letto, in una fitta giungla, nel cuore di Jumanji.

I mini video saranno integrati nell'attività social delle pagine di Movieplayer, Multiplayer e iFood fino al 27 dicembre.

Segue un'attività di influencer marketing che prevede la collaborazione con gli Actual, una delle social factory del network Netaddiction, tra le più attive nel mondo del cinema. Molto popolari a Roma e nel Centro Italia, sono ormai in rapida ascesa anche su tutto il territorio nazionale, grazie alla diffusione dei loro contenuti attraverso i social network. Entro fine anno realizzeranno un video diffuso su tutti i canali social del gruppo e del network, che racconti in chiave ironica la storia narrata nel film, una parodia in chiave "romanesca" come spesso fa il divertente duo capitolino.

"Questo progetto realizzato per Warner Bros. Entertainment Italia ci ha permesso di coinvolgere il nostro pubblico con nuovi strumenti ad alto livello di engagement. Siamo fiduciosi che i risultati che ci aspettiamo di ottenere confermeranno il trend riscontrato durante tutto l'anno. Movieplayer.it si conferma uno dei nostri siti di maggior successo all'interno del nostro network e ha registrato un'ottima crescita di utenti unici del 21,09% rispetto al 2016", afferma Andrea Pucci, CEO e Fondatore di Netaddiction.

MOVIEPLAYER.IT II cinema oltre lo schermo

Movieplayer.it è un web magazine di informazione su cinema, serie tv e home video. Il sito offre contenuti di qualità che spaziano dall'approfondimento al gossip con il giusto mix di recensioni, critica cinematografica e curiosità, supportata da una produzione video di altissima qualità. La redazione, inoltre, è presente ai principali eventi e festival cinematografici, sia italiani che esteri. Altamente responsivo e orientato alla facile fruizione dei contenuti anche da mobile, oggi produce circa 140 news e 25 video alla settimana per aggiornarsi sempre e ovunque sui film in uscita nelle sale o sulla programmazione delle serie tv più cool.

NETADDICTION Connessi alle tue passioni.

NetAddiction è un editore italiano nativo digitale che da sedici anni produce contenuti editoriali per il Web attraverso diverse testate verticali a target intrattenimento (Multiplayer.it, Movieplayer.it, iFood.it, Dissapore.com) e lifestyle (Bigodino.it, LegaNerd.com).

Dal 2015 l'editore è entrato in società per la gestione del network HD, cui fanno riferimento il popolare sito di informazione su tecnologia ed elettronica di consumo, HDBLOG.it e il più giovane HDMOTORI.it, orientato d informare gli appassionati dell'automotive. Nel luglio del 2016, Netaddiction ha ampliato la sua offerta editoriale video grazie alla partnership societaria con la casa di produzione video partenopea, Casa Surace Srl. Ha una concessionaria pubblicitaria interna che la rappresenta sul mercato dell'advertising online. Il gruppo editoriale raggiunge mensilmente oltre 22 milioni di utenti unici (fonte Google Analytics-novembre 2017) e circa il 22% degli utenti attivi su Internet in Italia (fonte Total Digital Audience – Audiweb). Oggi è tra le realtà imprenditoriali italiane più dinamiche e vivaci nel settore della new economy. L'azienda inoltre, opera attraverso due unit distinte nel settore dell'editoria cartacea, con il marchio Multiplayer Edizioni, iFood, e Dissapore sia in Italia che in Europa Occidentale e con Multiplayer.com nel campo del commercio elettronico da oltre 10 anni.