

Console Sony Playstation: a metà ottobre in tv con Wonderbook e Ps Vita, Firma di Red Cell

di **Alessandra La Rosa**

Budget in linea con quello 2012 con planning di OMD

Obiiettivo famiglie. Sony Playstation allarga il suo posizionamento con una nuova sfida: parlare in maniera diretta a mamme, papà e figli, con una serie di nuovi prodotti ad hoc e con una strategia di comunicazione dedicata. E' quanto ha dichiarato a DailyMedia Andrea Cuneo, direttore marketing di Sony Computer Entertainment Italia, intervistato ieri a Milano in occasione del press day Ps. «Oggi le famiglie, nei confronti del gaming, hanno 4 macro-bisogni – ha spiegato –: vogliono un punto di intrattenimento familiare, contenuti sicuri, multifunzionalità dei device e prezzi in linea con le loro possibilità di spesa. Playstation cerca di rispondere a tutto

ciò, e la nostra nuova offerta lo testimonia. L'offerta di console è variegata e a costi abbastanza contenuti, e i contenuti sono originali, rassicuranti e fatti apposta per una fruizione in gruppo». Il prodotto principe di questa nuova offerta è Wonderbook, la nuova periferica in esclusiva per PS3 che arriverà in Italia entro Natale. Un vero e proprio libro attraverso il quale sarà possibile vivere avventure straordinarie, grazie alla Realtà Aumentata e all'interazione con la telecamera PlayStationEye. A segnare l'inizio di questa avventura, il prossimo 14 novembre, è "Wonderbook: Il libro degli Incantesimi", frutto della collaborazione tra Sony e Pottermore, la piattaforma gratuita creata da J.K.

Rowling, l'autrice della saga di Harry Potter, ma altri giochi sono in cantiere, grazie a collaborazioni con importanti partner, quali Walt Disney e la Bbc. «Si tratta di un prodotto rivoluzionario – ha commentato Cuneo –, che unisce il mondo del videogioco a quello del libro, e che siamo sicuri piacerà molto alle mamme. Per questo, nella comunicazione a supporto, abbiamo pensato a due target diversi: quello Kids, che presiederemo tramite la tv, con spot e telepromozioni, e quello appunto delle madri, con la creazione del blog dicelamamma.it in cui sfidiamo le mamme a superare i loro preconcetti sui videogiochi, e tramite attività su social network e pianificazioni su siti a target. A tut-

to questo, poi, c'è da aggiungere la parte non meno importante dei trial in-store. Il lancio del gioco avverrà a metà novembre, e la campagna partirà presumibilmente alla fine di ottobre. In termini di investimenti, si sta parlando di un lancio estremamente significativo, che supera in cifre quello di Ps Vita e di Ps3». Ai videogiocatori, invece, parla la comunicazione di Ps Vita, la console portatile lanciata lo scorso febbraio, che da metà ottobre godrà di una pianificazione pubblicitaria in tv, sui social network e su siti a target 10-16 anni. Playstation lavora con Red Cell per la creatività delle campagne, Endeavour - Gruppo Roncaglia per la gestione delle community e **OMD per il media** (tutto il resto è gestito internamente). Il budget di comunicazione 2013 è in linea con quello del 2012, e vede un 10% assorbito dall'adv web e un più ampio 30% per le attività complessive del mondo internet.

CON PREMIUM PLAY ANCHE IL TARGET È ON DEMAND



PREMIUM
PLAY

PREMIUM

Premium Play è il più innovativo servizio di TV on demand sul mercato italiano, che offre ogni giorno oltre 2000 contenuti tra cui scegliere: film in anteprima, serie TV, documentari, cartoni animati, i più bei programmi Mediaset e il grande calcio in diretta. Lo spettatore sceglie dove vedere i programmi: sulla Tv di casa, sul PC o anche sull'iPad che porta con sé. E naturalmente può decidere di far partire il programma quando vuole.

Un target selezionato: donne e uomini creativi, tecnologici, attratti da stili di vita decisi, a cui indirizzare la propria comunicazione pubblicitaria con posizioni esclusive e selezionate in base alla qualità dei contenuti e alla modalità di fruizione.

Pianificare su Premium Play permette dunque di seguire il target nei suoi spostamenti e secondo i suoi gusti, stabilendo un legame forte e diretto con il brand dell'inserzionista.

DIREZIONE CREATIVA: COORDINAMENTO IMMAGINE MEDIASET