

BLU-RAY DISC: UN AUTUNNO DI EMOZIONI E INTRATTENIMENTO CON LE ATTIVITA' IN STORE

Blu-ray Disc Group Italia avvia una forte campagna di comunicazione all'insegna dell'alta definizione

Milano, Ottobre 2009 - L'Associazione Blu-ray Disc Group Italia dà il via ad un'intensa attività di comunicazione integrata con azioni strategiche su target trasversali e operazioni promozionali in store, per interagire con i propri utenti e regalare loro l'emozione dell'esperienza diretta dell'alta definizione Blu-ray. Attraverso attività di trade marketing in programma **dal 21 settembre fino a gennaio**, Blu-ray Disc è presente nei principali punti vendita di tutta Italia: **Trony, Sinergy, Euronics, Saturn, Mediaworld e Expert**.

Le attività "in store", studiate da Blu-ray Disc Group, permettono al consumatore di vivere le innumerevoli potenzialità della tecnologia Blu-ray, dall'alta definizione audio e video, all'interattività, alla multimedialità, direttamente in un contesto di educational quale il punto vendita; le iniziative si strutturano in tre momenti istruttivi e didattici che seguono l'utente nella scelta dell'intrattenimento domestico.

L'Associazione Blu-ray Disc Group Italia investe sensibilmente nella **formazione del personale di vendita**, target potenziale e strumentale per coinvolgere la più ampia fascia di mercato degli utenti; ogni rivenditore è, quindi, dotato di sales brochure, dvd con training course Blu-ray e pocket card memo sui key benefit e features del Blu-ray.

Blu-ray Disc Group Italia, in collaborazione con l'agenzia Aladino, ha studiato **per i mesi autunnali - con una pausa dal 6 dicembre a fine mese** - una serie di **mini eventi** ospitati dai punti vendita aderenti durante i fine settimana. Con questa iniziativa l'Associazione coinvolge in modo emozionale il consumatore, attraverso il contributo di esperti animatori con attività di intrattenimento volte a rafforzare la consapevolezza del marchio, dando all'utente la possibilità di testare i caratteri esclusivi della tecnologia. Dopo l'esperienza diretta, il consumatore viene coinvolto in un facile e divertente quiz incentrato su frame di film in Blu-ray e omaggiato con gadget dell'Associazione.

Parallelamente all'attività "in store", Blu-ray Disc Group pianifica un'operazione di **Welcome Kit** diretta a tutti i consumatori che acquistano un nuovo televisore full HD; a questi new buyer l'associazione regala una brochure esplicativa dei key points della tecnologia Blu-ray, la lista dei film che si possono trovare nel nuovo formato Blu-ray e un'offerta concordata con il rivenditore, uno sconto o una promozione sui prodotti Blu-ray. L'iniziativa è volta a dare la

massima visibilità al mondo Blu-ray, incentivando l'acquisto di un lettore Blu-ray Disc e di film rieditati in Blu-ray, che unitamente a un televisore HD di ultima generazione regalano al consumatore l'esperienza del cinema nel salotto di casa.

Durante l'autunno, inoltre, la visibilità del mondo Blu-ray Disc è correlata da **un'intensa attività di comunicazione PR** che annuncia una serie di operazioni strategiche, pensate per comunicare e stimolare il desiderio di acquisto di Blu-ray Disc a target mirati, da coloro che possiedono già un TV HD a quelli che possono dimostrarsi potenziali acquirenti. L'obiettivo è informare sulle potenzialità e le eccellenti caratteristiche qualitative del Blu-ray, guidando l'utente al raggiungimento del **massimo dell'Home Entertainment con il lettore Blu-ray Disc: una nuova frontiera per chi possiede già un TV HD e lo spettacolo comincia!**

Le azioni sono rivolte a dare contenuto emotivo alla promessa Blu-ray Disc, inserendo la nuova tecnologia tra le scelte di qualità della casa di oggi. A riguardo, sono state studiate attività di coinvolgimento di personaggi autorevoli: dalle **celebrities, intervistate sulla loro percezione della tecnologia domestica**, ai più rinomati **blogger**, coinvolti nell'esperienza emozionale delle potenzialità Blu-ray, con **l'installazione del lettore nel loro salotto**, fino ai **giornalisti** più influenti, invitati a gustare in prima persona i vantaggi qualitativi del formato nell'atmosfera ospitale della **Casa Blu-ray**.

Un autunno davvero emozionante in alta definizione con Blu-ray Disc Group, ricco di eventi e di iniziative per coinvolgere un target sempre più ampio e trasversale con la potenza della nuova tecnologia e rendere l'alta definizione uno standard riconosciuto nel panorama dell'home entertainment.

Con Blu-ray Disc è possibile vedere i film preferiti attraverso una qualità d'immagine ad alta definizione per un'esperienza superiore, che immerge l'utente **in una visione sei volte più coinvolgente**.

Blu-ray Disc regala all'utente la sensazione di trovarsi al cinema o a teatro per un concerto, è l'unico supporto digitale che offre anche ampia capacità di memoria, multimedialità e interattività.

Associazione Blu-ray Disc Group Italia

Fondata nel luglio 2007, l'**Associazione Blu-ray Disc Group Italia** si propone di divulgare e promuovere sul mercato la conoscenza e l'utilizzo del Blu-ray Disc. Questa nuova e avanzata tecnologia trasforma l'home entertainment in un'esperienza unica e coinvolgente definendo il nuovo standard di immagini e audio ad alta definizione. Con una capienza dati di oltre 50 GB, il Blu-ray Disc ha una capacità 12 volte superiore rispetto ad un normale DVD.

L'**Associazione Blu-ray Disc Group Italia** annovera tra i propri soci i più importanti player del mercato: Walt Disney Studios Home Entertainment, Warner Home Entertainment, Universal Pictures Italia, Twentieth Century Fox Home Entertainment, Sony Pictures Home Entertainment, 01 Distribution, Medusa, Sony Italia, Sony Dadc, Sony Computer Entertainment Italia, Sony BMG, Sharp Italia, Philips Italia, Panasonic Italia, Samsung Electronics Italia S.p.A., Euronics, Expert, Mediamarket, Gre – Trony e Sinergy, oltre ad Anitec (Associazione Nazionale Industrie Informatica, Telecomunicazioni, ed Elettronica di Consumo Federata ANIE) e all'Associazione Univideo (Unione Italiana Editoria Audiovisiva).

Ufficio Stampa Say What?

Vanessa Di Benedetto – tel. 02.31.91.18.54 – email v.dibenedetto@saywhat.it

Alessia Gerli – tel. 02.31.91.18.44 – email a.gerli@saywhat.it