Nuovo comarketing cinematografico per Settemari per il lancio del film "Deadpool2"

Settemari è stato scelto da **20th Century Fox**, in collaborazione con 21 Group, società specializzata nella creazione di campagne promozionali in ambito entertainment, come partner del lancio di “**Deadpool 2**”, sequel del film campione di incassi al box office nelle sale il prossimo 15 maggio, incentrato sulle vicende dell’omonimo mercenario chiacchierone di casa Marvel, giunto al secondo episodio sul grande schermo.

L’operazione di co-marketing è partita il 19 aprile, coinvolgendo, oltre all’operatore, prestigiosi partner internazionali quali, tra gli altri, Spotify, Game Stop, Boxeur des Rues, Spizzico, Empire e Blue Air. Settemari fornirà il 1° premio e i fortunati vincitori potranno trascorrere una vacanza in Messico, a Palayacar, per tre persone presso il SettemariClub Viva Azteca, con trattamento all inclusive. Tra i plus del resort, oltre allo spettacolare punto mare da cartolina e alla direzione italiana, un’ottima proposta gastronomica e un’ampia gamma di servizi offerti dal programma esclusivo Settemari Casa Italia.

Il concorso legato al lancio e alla prevendita dei biglietti, nell’arco di tutta la sua durata, sarà promosso da un corposo piano strategicamente crossmediale, veicolando il brand Settemari attraverso un mix di attività legate a tutti i partner coinvolti tra i social, siti web del film e siti partner, esposizione al cinema, video instore nel circuito Game Stop, menù dedicato da Spizzico, flyer a bordo di Blue Air e newsletter brandizzate dei partner.

“Siamo molto soddisfatti di essere stati scelti in qualità di partner privilegiato da una realtà internazionale come 20th Century Fox per il lancio del sequel di un film campione di incassi. Il mix di azioni crossmediali che veicola il nostro brand è massivo e ci garantisce una visibilità trasversale presso differenti tipologie di target, conferendo memorabilità alla marca Settemari in un periodo molto importante dell’anno. Ancora una volta abbiamo lavorato pensando al nostro unico canale distributivo, le agenzie di viaggi, nella convinzione che la crescita della brand awareness sia fondamentale per dare un valore aggiunto alla presenza del cliente finale in agenzia. Il piano di comarketing e di azioni pubblicitarie per il 2018 di Settemari è molto articolato, con un grande numero di operazioni, perché vogliamo supportare con ogni tipo di canale la nostra rivoluzionaria politica di pricing con quote fisse, trasparenti e libere per sempre da ogni tipo di adeguamento”, ha commentato **Chantal Bernini**,

Marketing Manager Settemari.