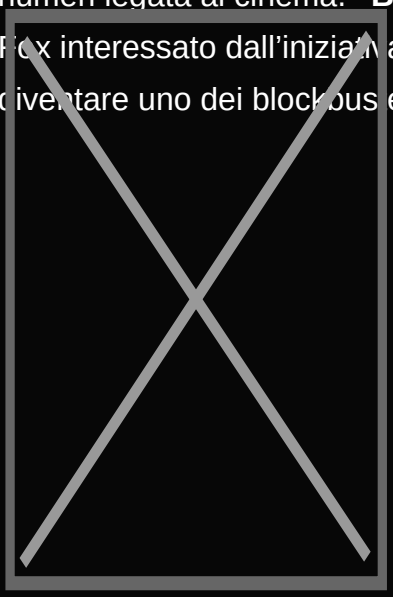
Settemari: comarketing per il lancio del blockbuster "BumbleBee"

Il tour operator **Settemari** chiude il 2018 in bellezza con un’altra operazione di comarketing dai grandi numeri legata al cinema. **“BumbleBee”** è il film targato Paramount e distribuito da 20th Century Fox interessato dall’iniziativa: sarà nelle sale di tutta Italia dal prossimo 20 dicembre ed è destinato a diventare uno dei blockbuster natalizi.



Il concorso che coinvolge Settemari, unitamente a realtà partner di primo piano come Sportler e Hasbro, terminerà il 27 gennaio ed è stato realizzato in collaborazione con l’energy drink BeeBad legato al film.

L’operatore fornirà il 1° premio e i fortunati vincitori potranno trascorrere una vacanza a Cuba per tre persone – volo + soggiorno e trasferimenti - presso il SettemariClub Tuxpan Varadero, con trattamento all inclusive. Tra i plus del resort, uno spettacolare punto mare da cartolina, un ottimo rapporto qualità prezzo e un’ampia gamma di servizi offerti dal programma esclusivo Settemari Casa Italia. Grazie alla sua posizione, il resort permette di visitare in giornata L’Havana e con un ricco programma di attività è perfetto per le coppie, le famiglie e gli amanti degli sport acquatici.

Il concorso legato al lancio di “BumbleBee”, nell’arco di tutta la sua durata, sarà promosso da un mediamix ad ampio spettro che garantirà un’ampia visibilità al brand Settemari attraverso un piano di attività connesse a tutti i partner coinvolti. Tra le varie azioni si mettono in evidenza la presenza nelle più grandi realtà delle GDO italiana – Conad, Ipercoop, Supercoop, Pam, Il Gigante, Le Befane” –

con oltre 4000 espositori, corredati da flyer dedicati che conterranno tutte le istruzioni per partecipare; la promozione attraverso tutti i canali social dei partner e iniziative speciali come la DEM inviata alla mailing list delle Juventus (oltre 700.000 contatti) di cui BeedBad è sponsor ufficiale. Di grande impatto per il lancio, anche la campagna ADV Facebook, Amazon e le affissioni nelle principali città del nord Italia.

La meccanica è estremamente semplice e prevede l'iscrizione attraverso il minisito dedicato www.vinciconbeebad.it e la partecipazione al concorso attraverso la registrazione dello scontrino di un acquisto effettuato presso i partner dell'iniziativa. L'iscrizione al sito dà diritto in automatico a buoni sconto da spendere per poter prendere parte al contest.

"Il 2018 è stato un anno ricco di iniziative e di grandi soddisfazioni che hanno portato un'ampia visibilità a Settemari. Il legame con il cinema blockbuster è uno dei principali veicoli che abbiamo utilizzato per portare all'evidenza del grande pubblico il nostro brand e il mix di azioni di marketing e comunicazione messo strategicamente a punto nel corso di tutto l'anno. Questa strategia si è rivelata premiante poiché, tra le altre cose, ha notevolmente rafforzato l'engagement dei nostri canali social e fatto salire i dati di accesso al nostro sito web. Prezioso più che mai il feedback delle agenzie, nostro unico canale di vendita, che ci hanno fornito interessanti parametri di valutazioni sulla capacità di penetrazione di iniziative come quest'ultima", ha commentato **Chantal Bernini**, marketing manager Settemari.