

Brand Doe

Siamo riusciti ad uccidere
il Product Placement?

AHS

E la campagna per la
vaccinazione

CASO VOLKSWAGEN

Brand 1 - La Ducati
Nel cinema e TV

A SUD DI BAND AID

A puntate lo storico
saggio sul product placement
come strumento di comunicazione
aziendale - aggiornato
dall'autore.

GUIDA TV

Fra product placement
E pubblicità occulta

THE ABC OF THE BRAND

La prima enciclopedia
a fascicoli sulle brand of PP



BENIWARE... DY's news



Il magazine del product placement

Cinema, Televisione e tutto quanto fa intrattenimento e promozione

giovedì 17.11.2016 17:24

Chi siamo News Canali PPlacement Hit Parade Rassegna Gruppo Top Secret DYA Festival



BREAKING NEWS



DIARIO VISIVO

La Paz (Santiago Loza, Arg, 2013)

CINEMA | 16 Novembre 2016 - 21:48



Eventi

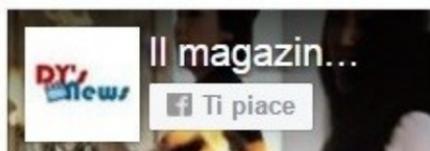


TORINO FILM FESTIVAL 2016

Inizia il 18 novembre il 34° TFF fino al 26 novembre
domenica 13 Novembre 2016



Social



I più letti del mese

Mese Anno Sempre

1. Legami Mentali, Oltre Facebook
2. Diario Visivo (Dal Libro...)
3. Ravenna Nightmare Film Festival 2016
4. Diario Visivo (...Al Film)
5. Diario Visivo
6. Ravenna Nightmare Film Festival Xiv

IL MAGAZINE DEL PRODUCT PLACEMENT

CINEMA, TELEVISIONE, WEB E TUTTO QUANTO
FA INTRATTENIMENTO E PROMOZIONE

www.dysnews.eu

TREMATE! TREMATE!

LE

SCIENZE OCCULTE

SON TORNATE!

Ve lo avevamo promesso nove anni fa che saremmo tornati, e lo abbiamo fatto, rinnovando la grafica, l'impostazione e, soprattutto i contenuti, visto che nel frattempo, mentre chi poteva, cercava di distruggere quanto di buono avevamo tentato di costruire, noi non ci siamo mai fermati e abbiamo continuato a costruire [Dy's News](#), (che ormai è costantemente aggiornato con le novità di product placement e di pubblicità occulta al cinema, in televisione, web e quant'altro), abbiamo continuato ad ampliare il primo e unico database sul product placement [Dy's World](#), che ormai contiene la bellezza di 4800 film, 158 corti, 389 serie televisive, 163 film TV, 410 programmi tv, completamente analizzati per 20.533 brand di 5527 aziende catalogati per 425 tipologie di prodotto, e che adesso serve da nucleo centrale per svariati siti aziendali e social che sono powered [Dy's Pro](#).

Ma non abbiamo certo voglia di fermarci qui e il ritorno di [Dy's Chronicles](#) segna l'inizio di una nuova fase che comprende il riattivo di tutte le piattaforme social, un nuovo progetto internazionale e il primo film completamente incentrato sulle regole del product placement.

Ma veniamo al numero che avete in mano e che comprende l'ultimo anno prima di cominciare con la regolarità delle uscite.

Come avevamo anticipato nella nostra brochure "[What We Do In The Shadow](#)" il nuovo Dy's Chronicles oltre ai progetti di punta, alla sezione di cinema (diviso fra italiano, europeo, americano, del Far East, e del resto del mondo) rinnovata con l'elenco di tutte le brand presenti, e alle altre rubriche, il vero pezzo forte saranno i programmi televisivi analizzati attraverso placement, brand content e pubblicità occulta dei gruppi RAI, Mediaset, Sky, Cairo, Fox, Discovery, Sony, Disney, Premium, Viacom e varie piattaforme streaming.

Per gli speciali cominciamo con quello dedicato al gruppo Volkswagen e alla sua moto di punta: la Ducati.

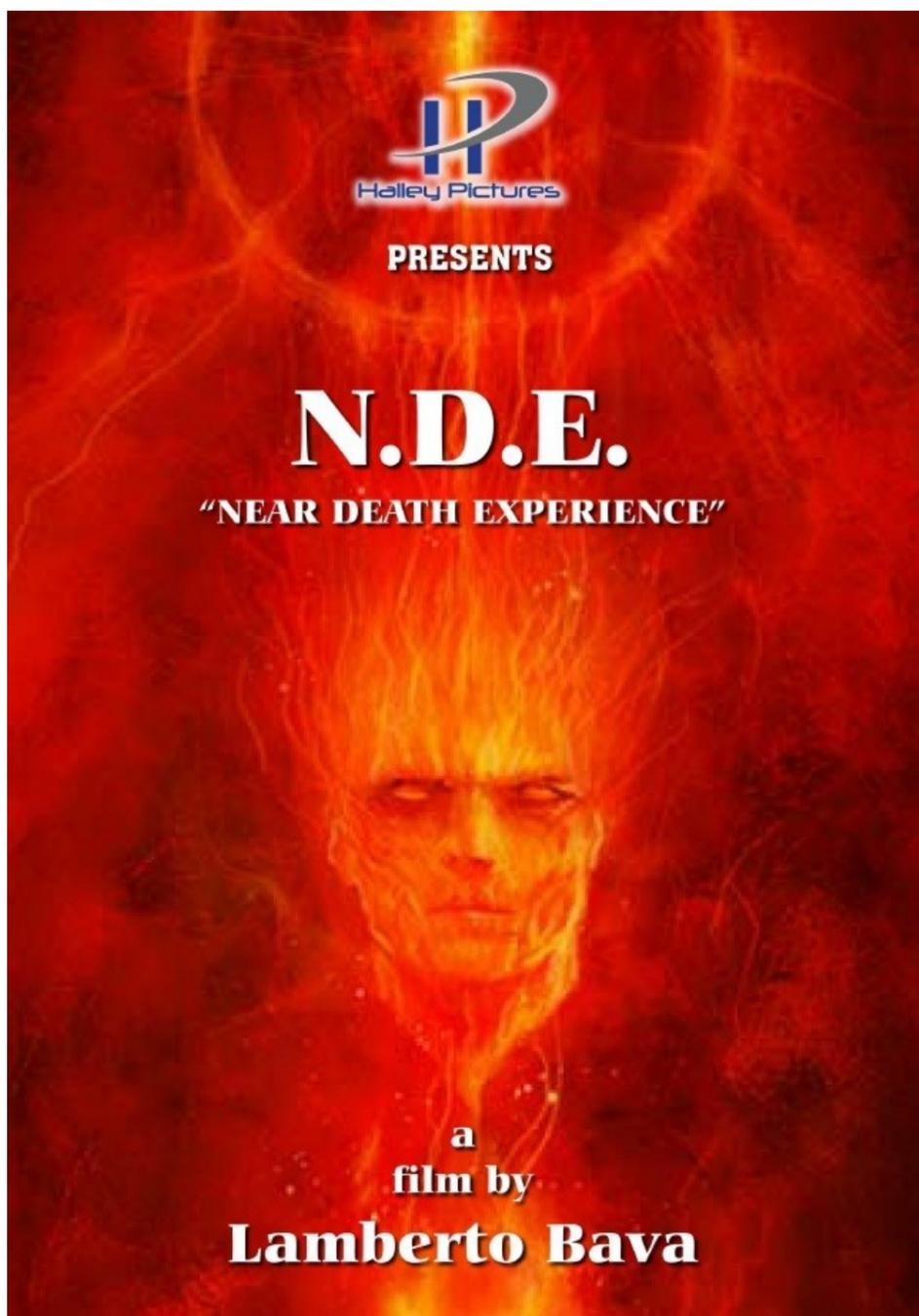
Ci sarà poi la versione ampliata e corretta di "A sud di Band Aid - Il product placement nella comunicazione aziendale" oltre a "L'ABC delle Brand. Entrambi da staccare e conservare.

Buona Pubblicità occulta a tutti!



N.D.E.

“ NEAR DEATH EXPERIENCES ”



Colombia 1996 – Un famoso e spietato serial killer rapisce la sua ultima vittima, una bella ragazza che, in stato di NDE assiste ai macabri riti dell'uomo. La ragazza si salva e il killer viene catturato.

Torino oggi – La polizia investigativa, diretta dall'ispettore Andrea Berti e dalla sua Vice, Alessandra Altieri, sta indagando sulla sparizione di alcune giovani e bellissime ragazze, ma non ha tracce né indizi di alcun tipo e per questo sono costretti a ricorrere alla collaborazione di Patricia Valverde, una sensitiva che collabora da tempo con la giustizia. Le sparizioni proseguono: prima una ragazza del burlesque, poi un'istruttrice di fitness.

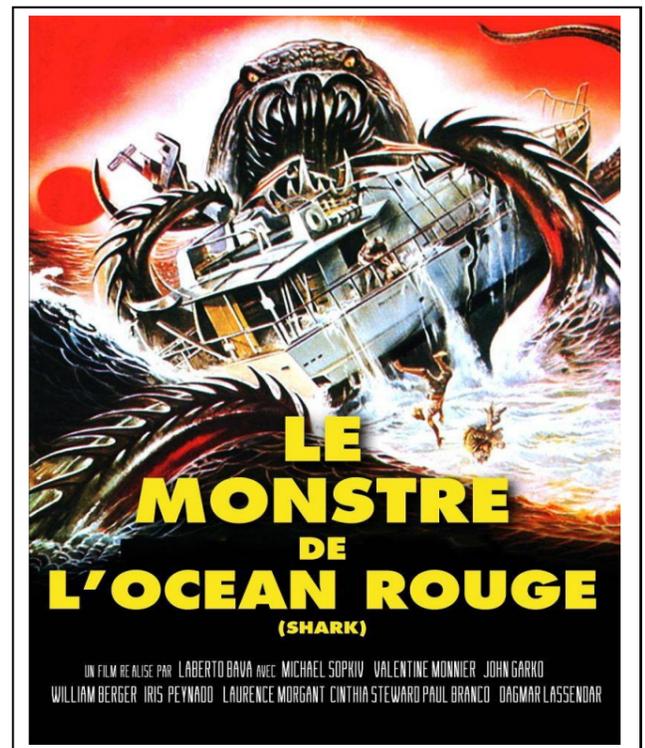
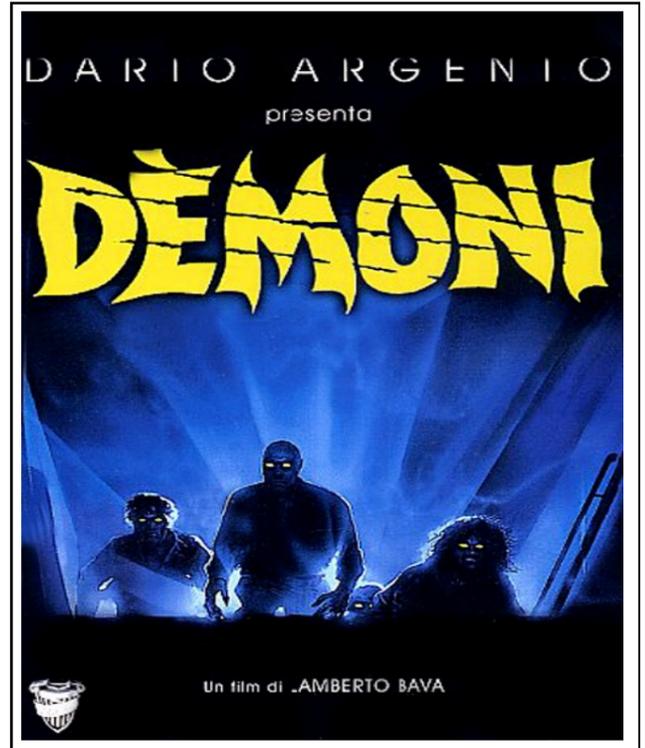
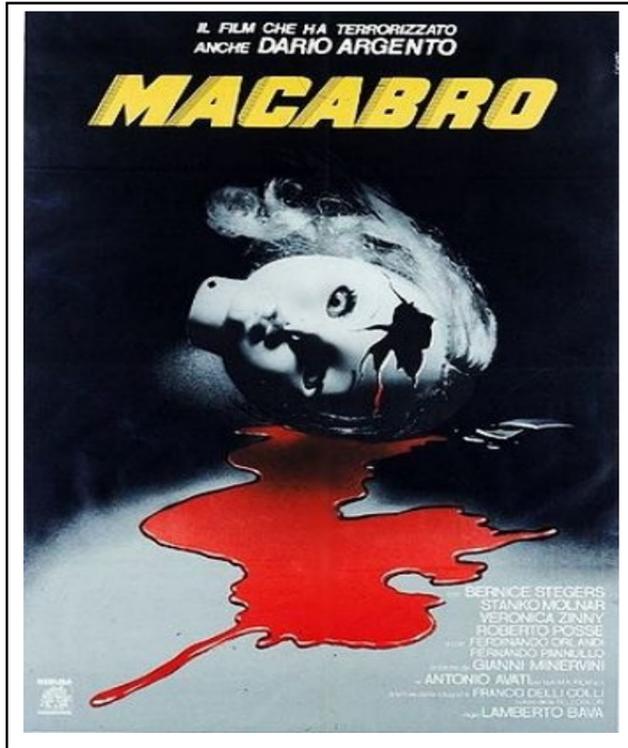
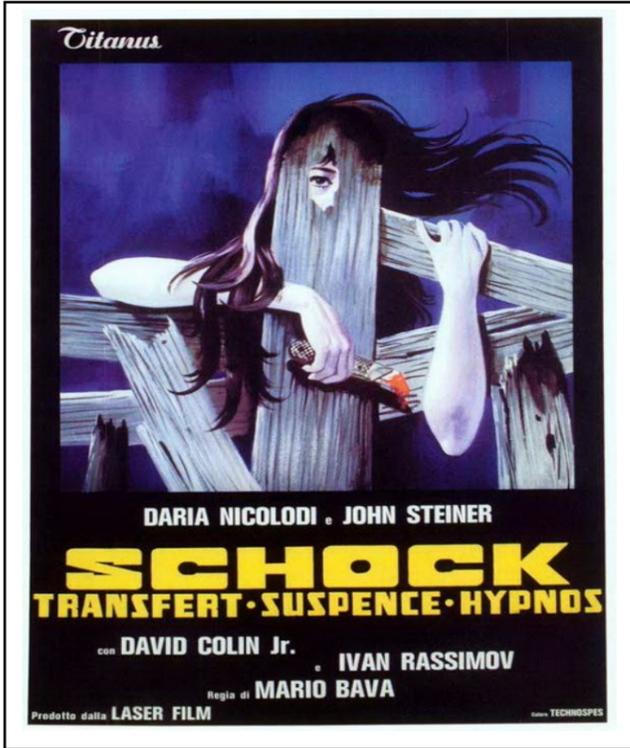
In un freddo e macabro laboratorio le povere donne vengono tenute prigioniere, sottoposte a sevizie, orridi trattamenti chimici e torture psicologiche.

Lamberto Bava, maestro del cinema thriller e dell'orrore, torna al cinema, dopo alcuni anni di assenza per dirigere uno dei film che stanno segnando il ritorno del thriller italiano.

Le riprese si svolgeranno nella primavera del 2016 fra la Colombia e Roma e sono stati individuati numerose possibilità di piazzamento prodotto in perfetta linea con il target (e con la caratterizzazione per il target).

Per qualunque ulteriore informazione si rimanda al sito Dy's Pro o alla JMN & DY

LAMBERTO BAVA

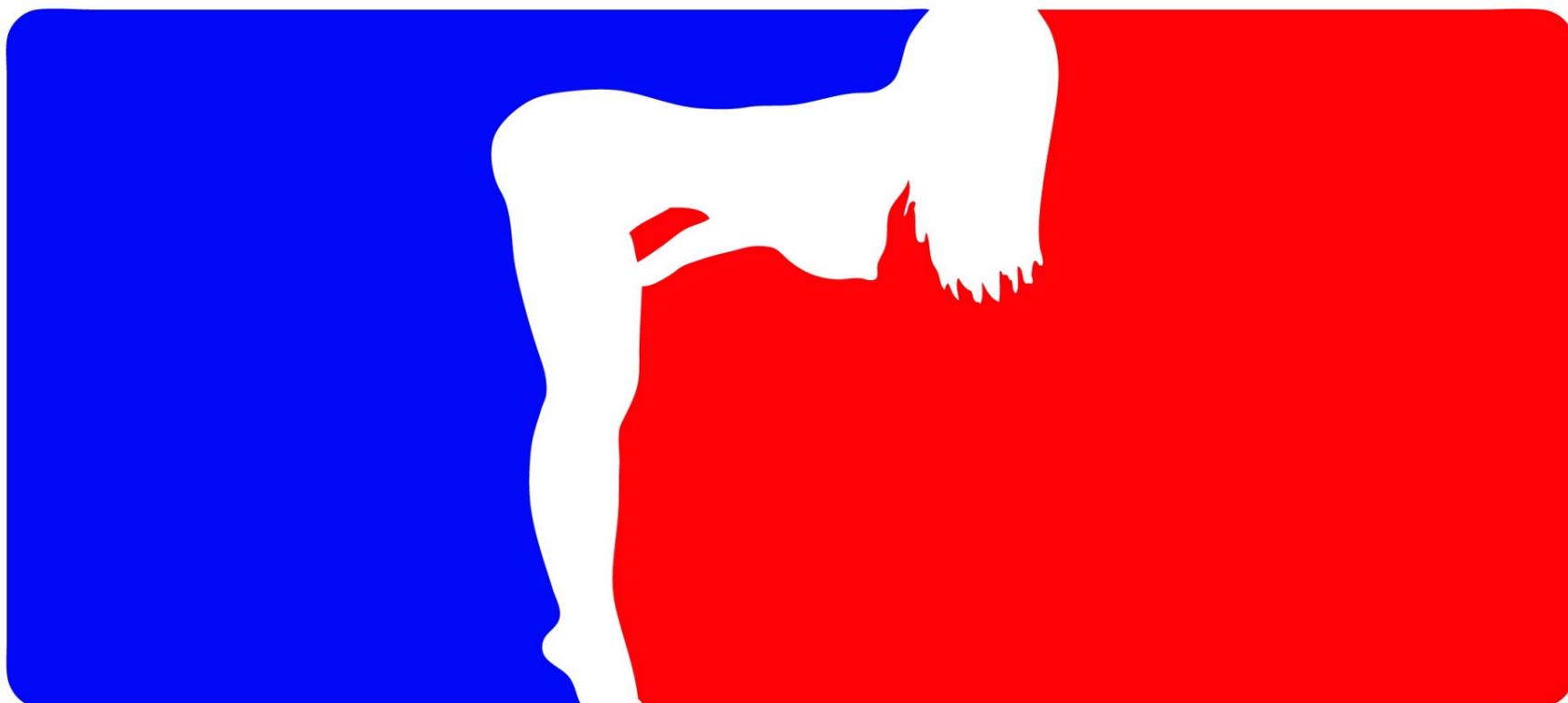


Everyone wants
tell you a story.
I don't want tell
you nothing.

EXERCISES OF
STYLE

***ONE CRAZY MULTIVERSE FOR THE
GUARDIANS OF THE BRAND***

WATCH THE TRAILER



MAJOR LEAGUE MILF



Sera di San Silvestro, 2015: a Lecco, nei pressi del lago, si aggira un barbone, filosofo di strada ed ex-architetto di grido, Silvestro.

Andrea, un giovane regista indipendente, lo vede, lo filma e lo lascia. A Parma una show girl quarantenne, alta, formosa e fallita, Laura Latina, si prepara alla serata di Miss Over, che si terrà a Lecco, in un locale popolare. Andrea è uno dei giurati della serata, e anche lì userà nervosamente la sua telecamera, perché il suo unico ideale è l'immagine, il suo unico fine è (il festival di) Berlino.

Laura partirà comunque, e il suo viaggio verso Parma sarà un'avventura solitaria, con il suo folle monologo da genio incompreso e poliedrico. Intanto a Lecco parte la serata alla Carpa Matta: insieme al cenone si svolge il concorso per bellezze e talenti over 40. Davanti al pubblico e all'improbabile presentatore sfilano donne variamente disperate, incapaci, grottesche e comiche. La giuria del concorso è composta da altrettanti artisti improbabili.

Commedia divertente e grottesca diretta da Giorgio Molteni le cui riprese si svolgeranno a Lecco a fine anno e visto il carattere grottesco e camp del film si cercano brand da inserire in situazioni improbabili, divertenti e allucinate sulla scia dei placement di Pedro Almodovar o Axel De La Iglesia.

Per qualunque ulteriore informazione si rimanda al sito Dy's Pro o alla JMN & DY



PLACEMENT CAMP

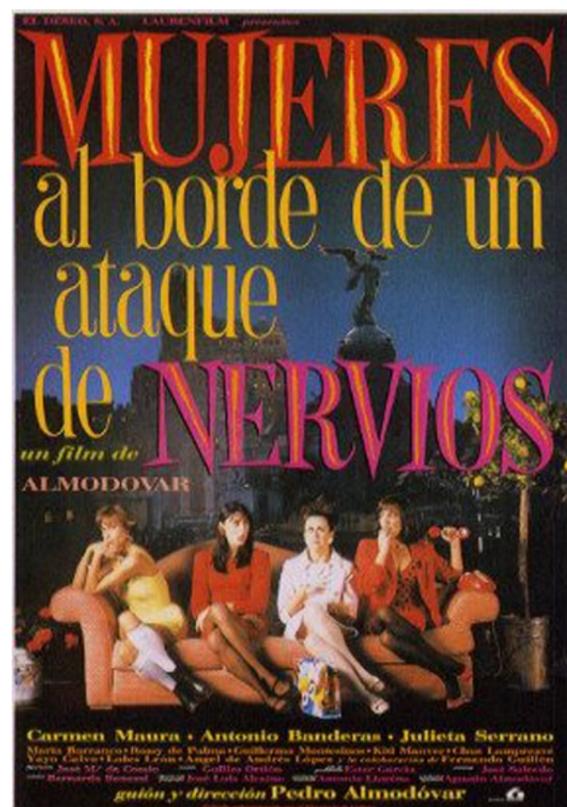
MASTROLINDO

È grazie alla sua pubblicità che la protagonista riesce a capire dove è nascosto il tesoro che tutti gli inquilini vogliono



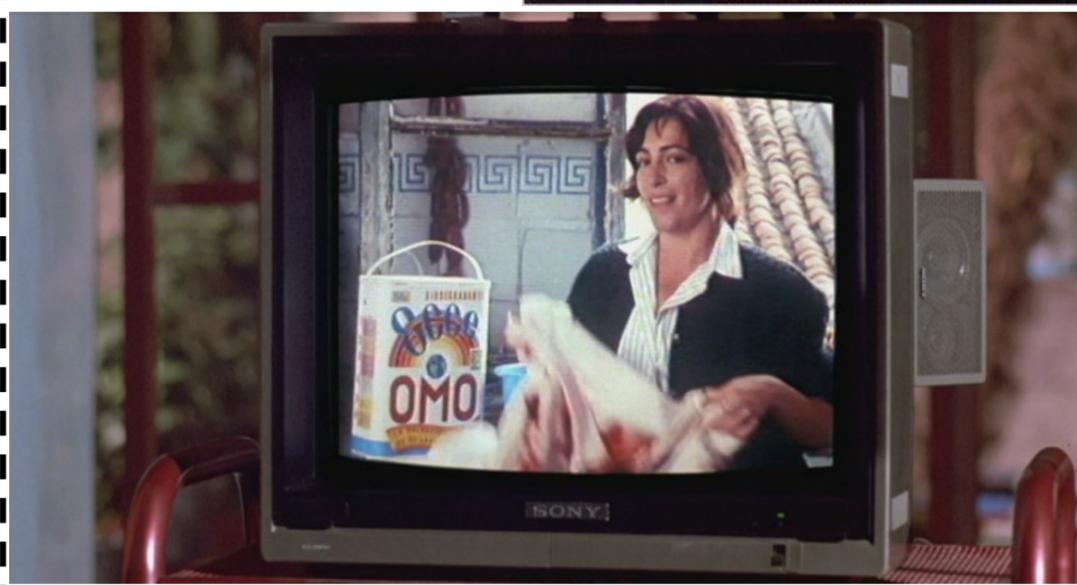
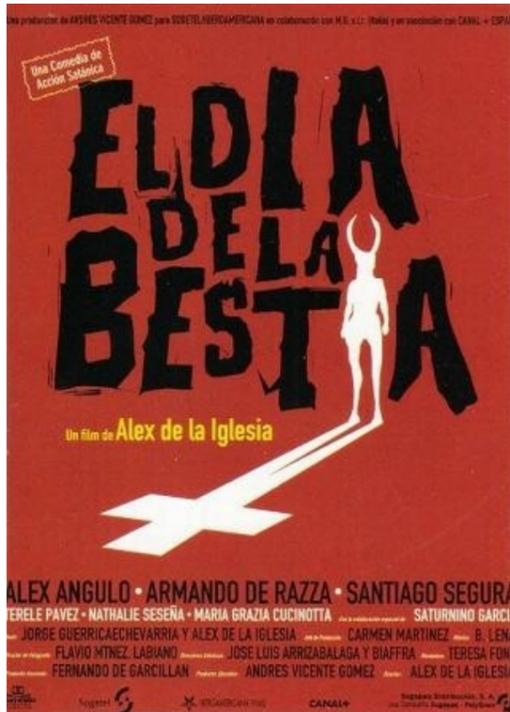
OMO

Trasformato in Ecce Omo, ma la mamma del serial killer può stare tranquilla: nemmeno i tecnici di CSI o di NCIS riuscirebbero a trovare tracce di sangue sui vestiti del figlio dopo averli lavati in lavatrice. Ecce Omo: parece mentido.



SCHWEPPES

Da culto la scalata della scritta Schweppes da parte dei protagonisti sulla cima del grattacielo in compagnia del diavolo



INTERNATIONAL STREET ACADEMY FILMAKERS

PRESENTA I CORSI

- Produzione televisiva
- Produzione cinematografica Europea
- Produzione cinematografica USA
- Filmmakers
- Regia
- Elementi di montaggio autorale
- Sceneggiatura
- Autore televisivo
- Recitazione
- Doppiaggio
- Dizione
- Scenografia

SONO APERTE LE ISCRIZIONI AI CORSI



Per info e iscrizioni:

Cell. 370.3173899 - 370.3098652

www.isaf.academy - info@isaf.academy

<https://www.Fb.com/internationalstreetacademyfilmmakers>

G O O N
FILMSGabriele Mainetti / Ita / 2015 /
Goon /  / PP 

LO CHIAMAVANO JEEG ROBOT

IL TOXIC AVENGER DI TOR BELLA MONACA.

Nella Suburra romana tra bande in cerca di fama da Romanzo Criminale allendosi con famiglie napoletane da Gomorra, un piccolo criminale sfugge a pistolettate a lui dirette buttandosi nel Tevere. Nelle ormai putride acque del fiume romano, tra monnezza e rifiuti tossici, rinasce Supereroe dalla forza sovrumana, un po' stupido, un po' impacciato ma poi, attraverso il dolore, pronto ad ereditare i buoni propositi di Jeeg Robot.

CARNE E SANGUE. *Lo chiamavano Jeeg Robot* non è (solo) ironia e cartoon. C'è anche questo, ma resta come sovrastruttura narrativa e la carne e il sangue sono "reali". Un noir violento in cui il fumetto e il cartone animato sono substrato culturale da cui nasce l'opera; nasce piccola ma è degna di esser considerata adulta, dura e tutt'altro che banale.

AMORE DISPERATO. Il film è anche struggente storia d'amore lontana anni luce dalla cretineria romantica propinataci dall'italico cinema. L'incontro tra due ultrasfigati, un imbolito ladruncolo, Enzo, che vive rinchiuso in una fatiscente stanza passando il tempo a guardare porno e inghiottire budini alla vaniglia (sembrano Danone ma la brand è attentamente tenuta celata) incontra e s'innamora di una mezza matta, Alessia, figlia di un trafficante di droga (che fa subito una brutta fine) la quale vive in un mondo di fantasia in cui diventano realtà gli anime di Jeeg Robot di cui divora i dvd.

SESSO. Non particolarmente esplicito ma importante. Ruvido, alla ricerca di una maniera per farlo diventare amore. Lo sguardo dell' (anti)eroe Enzo sullo *stettazzamento* impudico e ingenuo di Alessia rischia di diventare malsano, reviviscenza di passate violenze. E vi è un qualche affetto anche tra lo Zingaro e il transessuale rudemente penetrato in un svelto rapporto in auto prima che esploda nuova, definitiva violenza.

ROMA SOTTO ASSEDIO. Roma assolutamente protagonista. Una Roma di un vicinissimo futuro in cui si ipotizzano attentati terroristici e in cui, tra vicoli, caseggiati periferici, canili immerdati e lungofiume di

baracche e rifiuti nasce figlia della disperazione e dell'invidia, la follia dello sterminio.

ATTORI. Non c'è spazio per il divismo, per gli attori-tronistiveline, per i bellocci da proscenio sanremese, Santamaria è il supereroe, recita fisicamente ingrassato e sporco; la ragazza è Ilenia Pastorelli che arriva sì dal Grande Fratello ma è giusta per bellezza normale, quotidiana; il supercattivo Luca Marinelli con il suo sembrare uno Zanardi di Paz de Roma è fumettistico e truzzo quanto basta per rendere memorabile il personaggio dello Zingaro, dalle manie di grandezza e dalla crudeltà irrefrenabile probabilmente nate dalla frustrazione di non esser diventato famoso nonostante un'apparizione da ragazzino a Buona Domenica. Poi tanti comprimari da borgata romana e una pericolosa Antonia Truppo nei panni di Nunzia, capomafia napoletana dal "phisique du role" indiscutibile.

REGISTA. Sarà che il cognome è quasi identico a quello dei Manetti Bros. ma il nostro Mainetti ce ne sembra decisamente l'erede. Una speranza per il cinema di genere italiano perchè proprio come i più famosi registi di *Coliandro* ci sembra capace, conoscitore e debitore di una certa cultura e in grado di attirare l'attenzione sul suo prodotto (non fosse che per la capacità ad esempio di coinvolgere il bonelliano Recchioni e trarre un fumetto dal film, pratica decisamente non frequentata sul suolo italico).

PRODUCT PLACEMENT. Enzo i porno li guarda su un tv PHILLIPS e si sposta su uno scooter HONDA. YOUTUBE è utilizzato per mostrare le gesta del Supereroe de noiatri, il borsone IKEA appare (ormai vero e proprio feticcio) per trasportare grossi sassi utili ad una rapina, in un centro commerciale tra le tante brand presenti spiccano i negozi DIESEL e OLTRE. Poi tra altri piccoli "omaggi" ad attività romane (CAVICCHI, TURLAV, HOTEL CASILINA) teniamo a ricordare come (pur non citandolo e non mostrando la "mela") un I-PHONE venga utilizzato dallo Zingaro non per telefonare ma per massacrare un collaboratore della banda. **SB**

TORNO INDIETRO E CAMBIO VITA 🗣️🗣️🗣️ / 1/2 / PP 📺📺

Regia: Carlo Vanzina /Torno indietro e cambio vita / I / 2015 / 95 min **Cast:** Raoul Bova, Giulia Michelini, Ricky Memphis, Max Tortora, Paola Minaccioni

Brands: 500, A.C. Milan, A.S. Bari, A.S. Roma, ACF Fiorentina, Ascoli Picchio F.C. 1898, Atalanta B.C., BNL, Bologna F.C., Captain America, Chopin, Coca-Cola, Colpo Grosso, Consulinvest, Diadora, Diners Club International, Fantic Motor Caballero, Gap, Genoa Cricket and Football Club, GianDo,, Grumman F-14 Tomcat, Hoya, Il messaggero, Internazionale F.C.M., Iphone, Ipod, JCB Japan Credit Bureau, Juventus Football Club, Lelo, MoMa, Movimento 5 Stelle, Multipla, New York Yankees, Pagine gialle, Peugeot 207, Polaroid, Ray-Ban, Sky, Smart, Società Sportiva Calcio Napoli, Sony, SS Lazio, Tex, The Rolling Stone, Totocalcio, U.C. Sampdoria, U.S. Lecce, Udinese Calcio, Unione Sportiva Cremonese, Van Gogh Museum, Volvo C30, Walkman, Zeiss



Marco Damiani è un simpatico quarantenne che sembra avere avuto tutto dalla vita: un buon lavoro come promotore finanziario, una bella moglie Giulia (Giulia Michelini), un figlio e anche un bell'aspetto, visto che è Raoul Bova

Una sera va a cena, con il suo migliore amico Claudio (Ricky Memphis) e la sua nuova fiamma, al ristorante GianDo (nei titoli di coda viene ringraziato Gusto, anche se nella scena sul finale in cui viene coinvolto è riconoscibile solo da chi ci è già passato dalle parti di Piazza Augusto Imperatore) ma questa viene subito rovinata dalla madre alcolizzata di Claudio che era a cena nello stesso locale. Come se non bastasse la stessa sera Giulia comunica a Marco che ama un altro e lo spedisce a dormire in un residence. Il giorno seguente Marco, mentre passeggia con Claudio, gli confida di voler tornare indietro nel tempo al giorno in cui ha conosciuto Giulia in modo da cambiare la sua vita evitando di mettersi con lei. Basta un Alfa (anche se ci vuole un occhio clinico per riconoscerla) che piomba su di loro ed ecco fatto: i due si risvegliano nel cortile della loro scuola esattamente la mattina prima della festa in cui Giulia e Marco si devono conoscere. Ma si può realmente cambiare il destino?

Per lo speciale estivo di Dy's News i product placement strani, o almeno curiosi del cinema italiano un delizioso caso di anacronismo nel film dei Vanzina, nonostante la Cattleya sia sempre attentissima e precisa per quanto riguarda il placement dei propri film.

Nella fattispecie ad Amsterdam i protagonisti si fermano a guardare una stupenda prostituta in vetrina vicino alle bacheche dell'oggettistica LELO TOYS. Peccato che dovremmo essere nel 1990 mentre la LELOi AB fu fondata a Stoccolma da Eric Kalén, Carl Magnuson e Filip Sedic solo alla fine del 2002, 13 anni dopo la famosa gita.

Per articolo completo [DY's News](#)

Per scheda completa [DY's World](#)

taodue film

QUO VADO? 🗣️🗣️🗣️ / PP

Regia: Gennaro Nunziante /Quo Vado? / I / 2016 / 86 min **Cast:** Checco Zalone, Sonia Bergamasco, Lino Banfi, Maurizio Micheli

Brands: Protezione Civile, TG5, Volvo Cars



Checco fin da bambino ha le idee sul proprio futuro ben chiare: vuole avere il posto fisso e, una volta diventato grande, può finalmente coronare il suo sogno come timbratore nel ufficio comunale di fronte a casa sua. Le cose vanno quindi al meglio per il povero Checco con tutti i privilegi che da un po' di tempo conosciamo anche dalla cronaca.

Un giorno però, nell'aria di rinnovamento, le cose devono cambiare e dopo attenta analisi della dottoressa incaricata (una vera Crudelia Demon) si scopre che lui è l'unico che può essere considerato sacrificabile.

Comincia così una vera e propria lotta fra la dottoressa e il protagonista che verrà, a poco a poco, trasferito nei posti più inospitali per costringerlo a mollare, arrivando fino al polo nord dove Checco avrà una completa trasformazione.

Arrivato al suo 4° film, Checco Zalone continua la sua irrefrenabile ascesa giocando trasversalmente sul pubblico con il suo geniale politicamente incorret.

Inutile stare a discutere quando si raggiungono i 70 milioni di euro e, bisogna anche ammettere, che nonostante la trama sia esilissima, il film è sicuramente più riuscito e divertente fra tutti quelli prodotti dai suoi colleghi quest'anno.

Su una sola cosa ci sentiamo di commentare (visto il nostro punto di vista): è strano che un prodotto di quelle dimensioni non abbia trovato un product placement adatto da inserire. Un brand che, SE inserito con tutti i canoni, avrebbe sicuramente portato innumerevoli benefici al brand e non solo: probabilmente anche allo stesso strumento di comunicazione sottovalutato per via di operazioni inguardabili ed inimmaginabili fatte in questi anni.

Non sappiamo di chi sia stata la decisione o la non abilità per non farlo, ma forse, proprio per quel SE, forse è andata bene così.

“L'importanza del SE...”

13

FANDANGO

ARANCE E MARTELLO 🗣️🗣️🗣️ / PP 📺📺

Regia: Diego Bianchi /Arance e martello / I / 2014 / 95 min **Cast:** Diego Bianchi, Francesco Acquaroli, Stefano Altieri, Giulia Aloe, Antonella Attili

Brands: A.S. Roma, ANSA, ATAC, Bonomelli, Corriere dello Sport—Stadio, Democrazia Cristiana, Facebook, Fiat, Lete, Mercedes C-Class, Partito Comunista Italiano, Partito Democratico (Italia), Partito democratico della sinistra, Polizia Italiana, RAI, Riso Flora, Sky, Sammontana San Carlo, SS Lazio, Taxi Tevere, Twitter



Estate 2011. Nel quartiere San Giovanni a Roma, mentre una radio locale segue le vicende del quartiere sulla scia di alcuni famosi film italiani anni '70 e '80, Diego Bianchi, autore e conduttore del programma cult Gazebo, scende in piazza per girare un documentario sul mercato del pesce romano.

Nello stesso istante una coppia di coniugi militanti decide di andare con un banchetto proprio in quel mercato per aiutare il partito democratico a raccogliere le firme per far dimettere Silvio Berlusconi "ma non s'è dimesso pe gli scandali, pe le mignotte, mo se dimette perchè noi raccogliamo le firme. Ma ce stiamo a piglià per culo da soli"

Tutto prosegue normalmente fra liti varie di negozianti che non vogliono il "gazebo", fino a che la radio non rilancia la notizia che l'amministrazione comunale ha deciso di chiudere il mercato e quindi tutti si mettono d'accordo per rivolgersi ai nemici del PD. E qui comincia la parte geniale: messi alle strette i coniugi caposezione decidono di convocare gli iscritti della sezione e indire in poche ore le primarie con tanto di consultazione, votazione e quant'altro, fino a che la situazione non degenera.

Divertente e, a volte, geniale Arance e martello viaggia su due binari: da una parte uno stile classico di ripresa e montaggio da farlo assomigliare alla maggior parte delle commedie italiane, dall'altro lo stile "selfie" che è diventato uno dei marchi di fabbrica di Gazebo. La cosa risulta piacevole ed è usata e montata bene, anche se alla fine rimane il dubbio di aver visto un film o un brand content della trasmissione stessa.

Poco il product placement tradizionale con marchi casuali o citati in vari contesti necessari. Diverso il discorso politico dove le contraddizioni del partito vengono rappresentate in maniera intelligente e divertente così come avevano fatto in passato altri autori fra cui Moretti

Per articolo completo [DY's News](#)

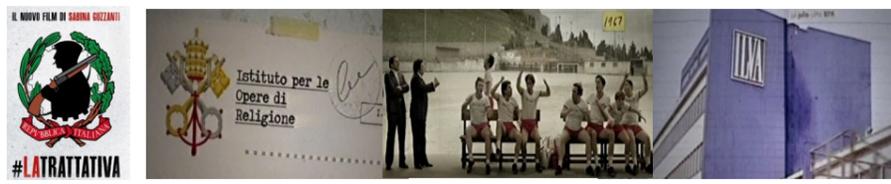
Per scheda completa [DY's World](#)



LA TRATTATIVA STATO MAFIA 🗣️ / PP

Regia: Sabina Guzzanti /La trattativa / I / 2015 / 108 min **Cast:** Sabina Guzzanti, Antonino Bruschetta, Enzo Lombardo, Filippo Luna, Franz Cantalupo

Brands: 112, A.C. Bagialupo Calcio (Palermo), Canale 5, Carabinieri, CIA—Central Intelligence Agency, Corriere della sera, Democrazia Cristiana, DIA - Direzione Investigativa Antimafia, Fininvest, Forza Italia, ILVA, IOR - Istituto opera religiose, La Stampa, L'Unità, Organizzazione Gladio, Ospedale San Raffaele, P2 (Propaganda 2), Partito Comunista Italiano, Polizia Italiana, Polizia Penitenziaria, PSI - Partito Socialista Italiano, Raggruppamento operativo special - R.O.S., TG3



Anni '90: in Italia è la stagione delle stragi, quelle delle bombe di Firenze, Milano e Roma. Quelle di Falcone e Borsellino e quella fallita dello Stadio olimpico.

È chiaro che in quel periodo i rapporti fra Stato e mafia che duravano dai tempi della strage di Portella della Ginestra, passando per Moro e così via, si erano incrinati. Falcone e Borsellino stavano facendo massacri fra le file mafiose ed era quindi strategico da parte della mafia eliminarli e costringere lo stato ad una tregua "delle bombe".

Le cose non andavano certo bene, ma sarebbero andate ancora peggio se non si fosse passati dalla prima alla seconda repubblica e con essa, l'arrivo di Forza Italia, di Berlusconi, di Dell'Utri e compagnia cantante che fa sì che si arrivi ad una tregua in quanto ormai la mafia è al governo.

Questa è in pratica la tesi della Guzzanti che insieme a un collettivo di attori ha deciso di ricostruire la vicenda in questo film (servizio giornalistico?) alternando immagini di repertorio a servizi simil-giornalistici a ricostruzioni con gli attori che spesso interagiscono con la regia a spiegoni della stessa Guzzanti.

Entrato nel nostro dossier estivo di Dy's News sul placement deviato o curioso come: "Product Placement? Mei De No" (nessuno dei brand coinvolti avrebbe voluto esserci), non staremo ad analizzare il film da nessun punto di vista pregiudiziale, ma solo da un punto di vista critico per il quale non si può non negare che la trattativa è di una pesantezza senza pari. In questi anni abbiamo visto decine di modi per ricostruire i fatti con film più o meno di denuncia da quelli rappresentati come "Segreti di Stato" film che in alcuni punti ce lo ricordava (e non per la strage di Portella) o "Buongiorno, notte" alle ricostruzioni de "il Caimano" o di "Piazza 5 lune", fino ai dossier giornalistici da "Silvio Forever" a "Fahreneath 9/11". Purtroppo la Guzzanti non è Moore e al suo ennesimo film di denuncia ha fatto il suo errore più grave (per quanto alla fine riguarda le nostre analisi) la caratterizzazione del suo brand al target di riferimento (3° punto coefficiente Dy's) che ha fatto sì che il film fosse un clamoroso flop, o forse (e sarebbe probabilmente ancora più grave) lei lo ha azzeccato ma è il suo target che non esiste più.

Per scheda completa [DY's World](#)



&SÖHNE



Tobias Weber / CH / 2016 / &Söhne / / PP



LATE SHIFT

THE HIRE IN VERSIONE PLAY

Matt, uno studente universitario che studia matematica o qualcosa del genere visto che legge Algorithmic Game Theory di Noam Nisan, lavora come guardiano notturno presso un parcheggio esclusivo della City londinese (fra le macchine custodite ci sono Ferrari, Porsche e Maserati).

Una notte mentre da retta ad una splendida modella (e chi potrebbe passare di lì se no?) viene (o vengono, questo lo capirete fra poche righe) assaliti da un uomo armato e ferito.

La modella riesce a scappare mentre lui rimane in ostaggio e costretto a portare l'uomo fino alla base, un elegante palazzo (tutto in questo film è esclusivo e il perchè lo capirete a breve) dove in un appartamento di lusso due eleganti colleghi e una bella giapponese in pelle nera lo stanno aspettando per effettuare il colpo della loro vita. E qui arriva il bello.

Matt deve essere neutralizzato o ucciso o stordito con una potente dose di Difenoxin ma, mentre stanno per iniettarla, ha un lampo di genio: non possono escluderlo dalla squadra. Lui ha portato la BMW i8 dal garage, lui sa come guidarla ma ancora più fondamentale, con i suoi sistemi di sicurezza, la i8 può rispondere solo a lui.

Messi alle strette i ladri acconsentono a farlo partecipare al colpo che consiste nel rubare una ciotola di riso appartenente ad una qualche dinastia cinese del valore di 10 milioni di sterline durante l'asta che si tiene quella notte da Hainsworth's.

Comincia così il suo "Tutto in una notte" che lo porterà dall'asta ad un ristorante malfamato cinese a una scazzottata in un vicolo, in casa del padrone della Hainsworth's (casa d'aste che non esiste), fino alla lussuosa suite abitata da un capo yakuza o della triade (affiliazione non pervenuta ma da quelle parti stiamo) fino al pilotato finale. Pilotato perché a quanto promettono gli autori dovresti essere tu a deciderlo.

Presentato in anteprima mondiale al Neuchâtel International Fantastic Film Festival nella sezione Amazing Switzerland, Late Shift è stato presentato dagli autori come una novità assoluta. Infatti attraverso una App che andava scaricata all'ingresso del cinema, gli spettatori erano chiamati a votare sulle scelte del protagonista e quindi a cambiare lo sviluppo degli eventi.

A parte il fatto che le mie scelte non

erano per niente in linea con gli altri abitanti della sala (notoriamente ho gusti estetici diversi dal resto dei festivalieri) era abbastanza chiaro quanto l'operazione fosse una "bufala". Non mettiamo certo in dubbio che realmente la maggioranza del pubblico stesse influenzando la visione, ma il trucco era palese.

Non stiamo parlando di uno Sliding Doors o peggio ancora di un Smoking - No Smoking ma semplicemente di un videogioco dove puoi far girare il tuo protagonista nella "centrale della polizia invasa dagli zombi" ma finché non hai fatto tutto ciò che vuole il programmatore non passi al livello successivo.

Infatti ad una seconda visione abbiamo visto alcune differenze. Scelta 1: prende o no la metro? Titolo e arriva comunque.

Scelta 17: segue la bionda? Il bandito è lì. La bionda scappa.

Scelta 51: saliamo o scendiamo? Porta o finestra in cortile i cinesi li aspettano comunque.

Scelta 78: lascio o no la ragazza. C'è pronta una gang per farla scappare e la Triade la rapirà comunque.

In pratica un gioco elaborato da sceneggiatori di giochi che lascia il tempo che trova ad una sceneggiatura piatta, facilmente dimenticabile e stracolma di buchi irrisolti e senza senso.

In questo senso un film pessimo che però ha trovato un ottimo sponsor ne la BMW che ha deciso di approvare in pieno e sponsorizzare con il product placement dell'i8 l'operazione, come dichiara orgogliosa anche nel suo sito ufficiale.

Certo con tutto di classe e l'idea di fondo dell'impossibilità per i ladri di guidarla dando così il via alla storia è vincente. Probabilmente i manager di BMW vedevano la possibilità di un nuovo The Hire. Peccato che il film non sia all'altezza e anche il punto di forza che quella serie aveva (le prestazioni) e che andrebbero bene per il pubblico da Smartphone non sono minimamente state prese in considerazione. Peccato! **MR11**

“BMW i8 nei lussi della City Londinese ma...”

STUDIOCANAL

BASTILLE DAY - IL COLPO DEL SECOLO 🗿🗿🗿 / PP



Regia: James Watkins / Bastille Day / F / 2016 / 92 min **Cast:** Idris Elba, Richard Madden, Charlotte Le Bon, Kelly Reilly

Brands: AOC (Admiral Overseas Corporation), Brugal, CIA—Central Intelligence Agency, Citroen, CRS - Compagnies Republicaines de Securite, DCRI - Direction Centrale du Renseignement Interieur, Grand Marnier, Heineken, Jagermeister, Lacoste, Le Parisien, Mercedes, Panasonic, Peugeot, Louis Vuitton, Sky News



Michael Mason (Richard Madden) è un ladro borseggiatore espertissimo di origine americana che vive a Parigi e che fa colpi spettacolari come far scendere la scalinata del Sacre Coeur alla bella Stéphane Caillard (non accreditata) completamente nuda creando un diversivo per rubare a più turisti possibile.

Un giorno ruba una borsa alla giovane Zoe Naville che è stata ingaggiata da un sedicente gruppo terrorista per far saltare un palazzo vuoto. Peccato che nella borsa ci sia un orsetto imbottito di Sentex. Dopo aver rubato solo il cellulare Michael getta la borsa in un cestino dei rifiuti cosa che provoca subito 4 morti e numerosi feriti. Stordito contravviene alla sua regola principale: non farsi inquadrare dalle telecamere e così nella cellula segreta della CIA a Parigi, l'operativo Sean Brian viene a sapere vita, morte e miracoli del ladro prima ancora che i francesi riescano ad avere il filmato.

Si mette subito sulle sue tracce ma, dopo averlo trovato è costretto a combattere contro i terroristi che stanno rintracciando il cellulare della ragazza per ucciderla e che hanno già minacciato di fare un attentato molto più grave durante i festeggiamenti del 14 luglio. Così mentre la CIA indaga e a Parigi esplose il caos, si scopre che c'è qualcosa di più del terrorismo e che gli attentati servono per nascondere il colpo del secolo.

Inutile dire chi avrà meglio in questo duello all'ultimo sangue infarcito di scene spettacolari secondo lo schema dei classici spy story americani. Uniche peccie una troppa prevedibilità in alcuni "colpi di scena" (il cattivo lo si capisce al primo sguardo) e il fatto che se viene ucciso il capo segreto della CIA sopra un tetto di Parigi come si può pensare che questa non si attivi subito per eliminarti in qualunque parte del mondo? e, in ultima analisi il film nonostante sia uscito da mesi in varie nazioni (il 22 aprile a Londra, ad esempio) la Francia ha aspettato proprio il 13 luglio (da noi il 14) anticipando quello che sarebbe successo.

Detto questo il film ha anche dell'ottimo placement di marche francesi da Le Parisienne a la Peugeot e Citroen (per i cattivi), da Louis Vuitton a Lacoste. Unico caso e miglior placement direttamente da Londra: SkyNews dove la CIA segue i fatti di Parigi.

Articolo su  [DY's news](#)

[Scheda World in attesa uscita DVD](#)



THE ARDENNES 🗿🗿🗿 / PP



Regia: Robin Pront / D'Ardennen / BE / 2016 / 96 min **Cast:** Veerle Baetens, Kevin Janssens, Jeroen Perceval

Brands: A.C. Milan, Adidas, Bounty (cioccolato), Chevrolet, H&M, Jupiter, Nissan



Tanto si parla (giustamente, non siamo qui a discutere) del noir francese ma poco di quello derivato dei cugini belgi; soprattutto negli ultimi anni ne abbiamo avuti vari esempi (uno per tutti *Bruges*) e questo *The Ardennes* proiettato nella sezione Film of The Third Kind al Neuchatel International Fantastic Film Festival 2016 ne è splendida dimostrazione.

Storia di due fratelli di cui il maggiore uscito dopo quattro anni di galera anche per coprire l'altro, e il minore che in questi anni ha tentato di rifarsi una vita onesta seppur povera e difficoltosa.

Il problema che darà motore alla nerissima vicenda è che nel frattempo il fratellino restato a casa vuole impalmarsi la donna del maggiore (già è avanti coi lavori visto che l'ha messa incinta) la quale non ci pensa neppure a tornare con il suo vecchio uomo perché "vuole una vita monotona in cui deve alzarsi tutti i giorni alla stessa ora per andare a lavorare e passare il proprio tempo libero con il figlio", una vita che sicuramente lei, ex-tossica con mille problemi, non può più avere da un violento avanzo di galera...

Inutile esporre di più qui, recuperate se possibile il film, e come me fatevi stringere dolorosamente il cuore al momento della piccola, tragica, sorpresa finale.

Un film per coloro che non vogliono a tutti i costi uscire dal cinema con il sorriso stampato sulle labbra.

Product placement quasi casuale è quello del più giovane dei fratelli per buona parte del film indossa una maglietta ADIDAS del Milan quando non UNDER ARMOUR.

Ma il product placement non finisce qui, abbiamo la birra JUPITER presente a più riprese insieme a varie bottiglie di una vodka difficilmente identificabile ma che non fa una buona figura, fuoristrada NISSAN, auto CHEVROLET, citazioni per H&M e BOUNTY (la merendina).

[Scheda World in attesa uscita DVD](#)



IL CONDOMINIO DEI CUORI INFRANTI 🗿🗿🗿 / PP



Regia: Samuel Benchetrit / Asphalte / F / 2016 / 100 min **Cast:** Valeria Bruni Tedeschi, Isabelle Huppert, Michael Pitt

Brands: Adidas, Bic Lighter, Canon, Grundig, Intersport, Kettler, Marlboro, NASA, Olympique de Marseille, Orangina, Popchips, Polaroid, Sony, Tuc



Il condominio dei cuori infranti è il tipico titolo italiano di opera straniera del tutto fuorviante e insensato rispetto al film che rappresenta. Da tal titolo lo spettatore si aspetta una divertente commedia romantica, ben diverso dal secco Asphalte originale.

Si perché il film di Benchetrit (regista sconosciuto in Italia ma non particolarmente affermato neppure in patria, che ha ottenuto un grande successo come scrittore con una serie di libri autobiografici *Chroniques de l'asphalte* da cui deriva il film) è sì una commedia ma del tipo surreale con l'inizio a quadri che ricorda i film di Roy Andersson, con una poetica che affonda le radici nei quartieri popolari delle periferie cittadine.

Il vero protagonista del film è il quartiere periferico di Colmar e il condominio ivi ubicato, sporco, fatiscente frequentato da perdenti, immigrati e ragazzi dal futuro incerto.

Qui si svolgono le vicende banalmente assurde di alcuni abitanti di questo condominio, divisi in tre episodi distinti fra loro anche se intrecciati nella narrazione, ognuno con un proprio significato politico, sociale o sentimentale. L'episodio centrale è quello che vede coinvolti Michael Pitt nei panni di un astronauta della NASA che assurdamente si trova ad atterrare, di ritorno dallo spazio, sulla terrazza del caseggiato e si rifugia in casa di un'anziana araba che vive sola e, avendo il figlio in prigione, lo accoglie come un surrogato del figlio stesso. Vi è poi la stralunata storia tra il perdente Sterkowitz (a cui ne capitano di ogni, ad esempio si ritrova momentaneamente costretto su una sedia a rotelle per... eccesso di cyclette Ketter, alla faccia del product placement) e la malinconica e solitaria infermiera di notte interpretata dalla nostra Bruni Tedeschi. Infine la storia di Isabelle Huppert che interpreta praticamente se stessa anche se nel film si chiama Jean Meyer, attrice di una certa fama ormai avviata verso un tramonto di decadenza e mancata rassegnazione alla perdita della giovinezza. L'incontro con un giovane le ridarà la forza per provare ad accettarsi e a rilanciarsi.

Il film si apre con una riunione condominiale in cui l'amministratore indossa una tuta ADIDAS e il product placement continua piuttosto cospicuo in un film apparentemente poco costruito. La cyclette KETTLER e il televisore moderno SONY in contrasto con un ormai sorpassato GRUNDIG la fanno da padrone.

Articolo su  [DY's news](#)

[Scheda World in attesa uscita DVD](#)



BLIND SUN 🗿🗿🗿 / PP



Regia: Joyce A. Nashawati / Blind Sun / GR / 2016 / 88 min **Cast:** Zia Bakri, Mimi Denissi, Louis-Do de Lencquesaing

Brands: Honeywell, Lacoste, LG, Nokia, Philips, Skype



A mio parere il miglior film del Neuchatel International Fantastic Film Festival 2016 è stato presentato nella sezione Film of the third kind ed è opera di un'esordiente regista greca, Joyce A. Nashawati.

Il suo *Blind sun* è opera piena di significati ed una delle più rivoluzionarie (nel senso politico-sociale del termine) degli ultimi anni.

La storia è semplice, un immigrato si ritrova a dover fare da guardia ad una villa greca di una ricca famiglia francese durante il loro ritorno in patria per le vacanze.

Tutto sembra andar liscio per il nostro che approfitta della villa con tutti i suoi comfort (piscina compresa) fino a che misteriose ombre e misteriose presenze sembrano rovinargli i piani.

L'uomo sempre più ossessionato da queste apparizioni che non capisce se reali o parto della propria mente e da problemi con il visto di lavoro (che gli è stato sequestrato da un altrettanto misterioso poliziotto in moto) comincia a deragliare fino ad un estremo atto finale.

Con un occhio ad Antonioni ed uno alla tradizione greca, la regista ambienta la storia in un futuro prossimo dove tutte le nostre paure presenti vengono amplificate.

Durante l'ora e mezzo del film succedono poche cose ma la lucidità registica e di scrittura permettono di presentarci vari problemi e minacce di un domani non troppo lontano: carenza d'acqua sul pianeta con multinazionali che si accaparrano i diritti sul nuovo oro (BLUEGOLD), i conflitti tra immigrati e abitanti, i diritti negati ai poveri e dati ai ricchi, le rivolte ambientaliste, il fascismo montante, la paura del vicino e di chi vuole violare il nostro privato, le frontiere come zone di guerra.

Il tutto con una precisione e una capacità di creare inquietudine rare.

Product placement non "sparato" in tono con lo stile del film, intravediamo PHILIPS di una televisione, LG di un'autoradio, HONEYWELL è l'impianto di sicurezza. Poi un vecchio cellulare NOKIA, una maglietta LACOSTE, SKYPE, DTS...

[Scheda World in attesa uscita DVD](#)



Dan Trachtenberg / USA / 2016 /
Bad Robot /  / PP 



10 CLOVERFIELD LANE

L'IMPORTANZA DI CHIAMARSI SLUSHO!

New Orleans. Dalla visione della finestra posizionata all'incirca sui tetti del French Quarter (si vedono ponte e grattacielo abbandonato per amianto vicino al porto n.d.r.) sembrerebbe quasi disabitata.

Michelle sta raccogliendo le sue cose fra cui una bottiglia di Whisky Glenvagulin che risulterà fondamentale nello sviluppo della storia. Vi direi product placement da manuale e vi spiegherei come viene usata la bottiglia nel finale del film ma per spoiler e per il fatto che il whisky Glenvagulin fa parte dell'universo del marketing virale creato da J. J. Abrams, uno dei re mida della nuova Hollywood a cui piace giocare e al quale, in questo periodo, vengono affidati talmente tanti soldi e talmente tanti brand multimiliardari che necessitano di un restyling (da Star Trek a Star Wars, da Mission Impossibile a Westworld) da potersi permettere ([altro che Zalone](#)) di avere, giocare e creare un proprio product placement che solo ad un'analisi superficiale non porta soldi, mentre in una visione globale, quello che sembrerebbe un'ulteriore inutile investimento di soldi ed energie, si trasforma invece in una potentissima arma di comunicazione aziendale (di massa).

Ma prima di perderci con Glenvagulin, Swamp Pop, Kelvin Gasoline o Slusho! è utile parlare un attimo della trama.

Michelle passa il ponte completamente vuoto (anche se nel finale scopriamo che è diretta a Baton Rouge che sta dalla parte opposta) e si trova ad affrontare le pianure della Louisiana. Dopo essersi fermata a far benzina ad un distributore Kelvin (se il nome non vi dice niente è lo stesso a cui si servono i protagonisti di Super 8 e probabilmente la stessa Enterprise, anche se con Kelvin hanno a che fare in vario modo anche Ethan Hunt, Luke Skywalker, i membri della DHARMA in Lost e quelli che lavorano per la Kelvin Genetics in Fringe) viene tamponata da un furgone Ford 350 (lei guidava una Volkswagen Jetta) e finisce fuori strada.

Si risveglia in una stanza spoglia su un materasso, con una flebo al braccio e una gamba incatenata a dei tubi al muro.

Poco dopo nella stanza compare un uomo Howard che la libera e cerca di spiegarle la situazione.

La situazione non è facile da spiegare

e sembra che lo stesso Howard non ne sappia più di tanto.

Ha semplicemente costruito un bunker sotto la sua fattoria in attesa che succedesse qualcosa e quel qualcosa è successo.

Neanche lui sa esattamente cosa stia succedendo a volte parla di russi e di tecniche per conquistare territori nemici, a volte parla di alieni che stanno uccidendo tutti con delle radiazioni, l'unica cosa che sa è che uscire è pericoloso.

Insieme a c'è anche Emmett, un uomo di trent'anni con un braccio rotto, che era riuscito a farsi ospitare da Howard prima che arrivasse l'Apocalisse.

Quello che sta succedendo all'esterno dovremmo saperlo da vari indizi a partire dal titolo: la squadra del godzillone che aveva distrutto New York nel primo Cloverfiled si è spostata negli stati del sud, sempre che non avesse avuto alleati ed avesse già conquistato il mondo.

Ovvia la diffidenza che pervade anche noi spettatori sull'affidabilità di Howard che si dimostra ben presto uno psicopatico sul quale grava anche il dubbio di un precedente omicidio. Si è veramente in pericolo o cosa? E se si da chi?

Fra il placement reale interessante per l'estetica del film il Juicebox Rowe che fa scatenare Howard, ma veniamo al pezzo forte Slusho!, la bibita ghiacciata e molto densa prodotta dalla Tagruato, la famosa holding del petrolio giapponese fondata da Ganu Yoshida attraverso la Yoshida Medical Research che ha scalato il mercato orientale grazie alle proprietà del Seabed's Nectar (Kaitei no mitsu) un ingrediente segreto trovato dalla piattaforma Chuai nelle profondità dell'oceano atlantico. In vari gusti mirtillo, cioccolato, pera Nishan, fragola e anche al gusto vecchio western, la sua popolarità si deve anche ad un [sito accattivante per i bambini](#) e al suo product placement in Alias, Fringe, Cloverfield, Super 8, Heroes mentre si aspettano strategie per il futuro. Mediate gente meditate. **GC**

“あなただけの6を飲むことはできません!”
(You can't drink just six!)



BATMAN VS SUPERMAN DAWN OF JUSTICE 🦇🦹 / PP

Regia: Jack Znyder /Batman Vs. Superman: Dawn of Justice / USA / 2016 / 96 min Cast: Ben Affleck, Gal Gadot, Henry Cavill
 Brands: Aquaman, Alfred Pennyworth, Aston Martin DB Mark III, Batman, BMW F800, Bolshoi, Chateaux Margaux, CNN, Cyborg, Daily Planet, Dr. Pepper, Flash, Iveco, Jeep Cherokee, Chrysler, Joker, Lex Luthor, Martini, Mercedes, Mr.Pita, MV Augusta, Nortel, Olay, PBS—Public Broadcasting Sistem, Roscosmos, Samsung, Turkish Airlines, Wayne Enterprises, Wonder Woman



Batman non si fida di Superman dopo aver vissuto di persona la lotta fra Kar-El e il generale Zod nel finale de l'Uomo d'Acciao (qui rivisto dal suo punto di vista mentre zigzaga fra le macerie di grattacieli con la sua Jeep Cherokee, ottimo colpo messo a segno dalla nuova gestione della FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES) durante il quale ha perso alcuni dei suoi più fidati collaboratori nel crollo della Wayne Tower di Metropolis. In realtà la colpa è anche sua, visto che i suoi dipendenti aspettano i suoi ordini invece che scappare, ma nessuno glielo fa notare e quindi va bene così. Superman non si fida di Batman e quel saputello di Clark Kent non fa altro che stressare Larry White di assegnargli un dossier su l'uomo pipistrello, cosa che il direttore del Daily Planet non ha la minima voglia di fare. Intanto così come nell'universo Marvel le istituzioni costringono i supereroi a scontrarsi in una (Captain America) Civil War, anche qui la politica vorrebbe limitarne i poteri. Peccato che la senatrice Finch caschi nella trappola di Lex Luthor che ha intenzione al solito di dominare il mondo e per farlo recupera il cadavere di Zod e lo riattiva immettendo del nuovo DNA e creando così Doomsday che, come sappiamo sarà il responsabile della morte di Superman. Fra l'altro Lex oltre a progettare la morte dei due sta anche monitorando altri supereroi per i suoi scopi. A questo punto, dopo una lotta Man of Steel e il pipistrello decidono di unirsi per combattere il loro nemico comune. A loro si aggiunge Wonder Woman tornata in azione dopo un centinaio di anni di inattività. Secondo capitolo del DC Extended Universe, risposta della Warner/DC al Marvel Cinematic Universe della Disney/Marvel, Batman Vs. Superman: Dawn of Justice non riesce ancora a colpire nel segno (così come succederà anche con Suicide Squad del quale parleremo nel numero di ottobre) anche se lentamente si sta avvicinando e, tralasciando l'inarrivabile trilogia del Dark Knight e i Vertigo, rappresenta una buona svolta rispetto ai DC precedenti. Fra i placement da manuale quello della Turkish Airline con una cross-promotion che vedeva gli spot mondiali della compagnia parlare della nuova rotta per Gotham City utilizzando come testimonial Bruce Wayne. Geniale

Articolo su Per scheda completa



THE BOY 🦋🦋 / PP

Regia: William Brent Bell /The Boy / USA / 2016 / 97 min Cast: Lauren Cohan, Rupert Evans, Jom Norton, Ben Robson
 Brands: LTI Fairway, Toyota Land Cruiser



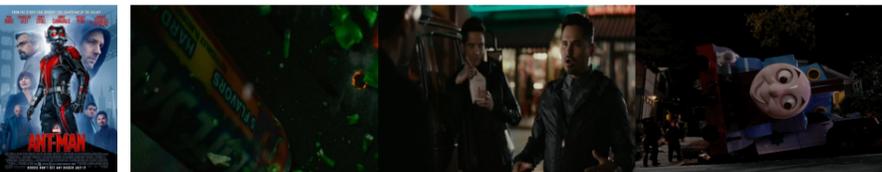
Greta Evans, una giovane ragazza che sta cercando di sfuggire a un vecchio fidanzato stalker (questo forse l'unico product placement progressivo del film), viene assunta da una coppia che vive in un grosso maniero come baby sitter per il loro figlioletto durante la loro lunga vacanza. Arrivata nella casa conosce Malcom, un ragazzo che fa le consegne alimentari e il figlio della coppia che altri non è che un inquietante bambolotto a grandezza naturale. Un po' sconcertata accetta comunque il lavoro che le può permettere (forse, scopriremo che non sarà così) un periodo di tranquillità dal suo persecutore. La coppia prima di partire lascia a Greta, oltre alle consegne della casa, anche quelle per la bambola: una lista di azioni apparentemente inutili come Non lasciare Brahms solo (così si chiama il bambolotto), non mettergli niente sulla faccia, leggergli la favola della buonanotte e così via. All'inizio Greta non prende sul serio il suo lavoro, anche se Malcom l'avvisa che qualcosa veramente non va. Infatti, a poco a poco, si rende conto che il bambolotto è "vivo" e lei è prigioniera di un incubo. Nonostante mantenga una certa dose di tensione e una buona atmosfera, il film non raggiunge i livelli di terrore da altri film con le bambole (si pensi alle Dolls di Yuzna o alla bambola che perseguita Karen Black in Trilogy of Terror) e anzi delude assolutamente il finale che ricorda uno dei film minori di Tobe Hooper (non vi dirò quale anche se semiconosciuto per evitare spoiler). Inesistente il product placement ma interessante la campagna di promozione dove (almeno nella catena deli UCI Cinemas non so gli altri) la settimana prima veniva consegnata insieme alla combinazione popcorn e Coca-Cola anche la maschera di The Boys e una copia del DVD di Silent Hill. Interessante cross promotion che ha sicuramente aiutato a raggiungere l'incasso del milione solo nel primo week-end... poi purtroppo il passaparola...

Ho visto #TheBoy è una c...ata assurda 😊
 Tweet di Minx apparso nel corso di Gulp Cinema su Rai Gulp



ANT-MAN 🦋🦋🦋 / PP

Regia: Peyton Reed /Ant-Man / USA / 2016 / 112 min Cast: Paul Rudd, Michael Douglas, Evangeline Lilly, Stan Lee
 Brands: Agent Carter, Agusta Westland W139, Ant-Man, Aston Martin V12, Avengers, Baskin-Robbins, Beretta 92FS Inox, Boeing 747, Browning M1919, Captain America, Chevrolet, Colt M4A1, Converse, Falcon, First Thomas, Glock 17, Glock 19, Heckler & Koch P7, Honda, Hyundai, Iron Man, IWI Tavor Tar 21, Life savers, Loctite, Tahoe, Marvel, Patsb, Pepsi-Cola, Playstation, S.H.I.E.L.D., Smith & Wesson Model 340, Stark Industries, Steyer SPP, Taser X26, Triump Spifire, Wasp, Winter Soldier, Yakult



Scott Lang è un genio appena uscito di prigione che cerca di crearsi una nuova vita anche per non deludere la figlia che ora vive con la madre ed il suo nuovo compagno, uno dei più bastardi poliziotti della polizia di San Francisco, che lo odia. Non riuscendo a trovare un lavoro onesto viene convinto da tre amici deliranti a partecipare ad un colpo sicuro che li avrebbe sistemati entrambi. Il colpo è ai danni del Dr. Hank Pym un genio al servizio dello S.H.I.E.L.D, che così come Peggy Carter quando apparteneva all'SSR. si è opposto a fornire alcune tecnologie ad Howard Stark lasciando lo SHIELD e formando una nuova compagnia per proteggerle, cosa che però non ha permesso di evitare il peggio. Una volta vista l'abilità del ladro Pym decide di arruolarlo ed addestrarlo fornendogli l'armatura che gli permetterà di diventare Ant-Man e di aiutarlo nella sua missione. Il 12° capitolo del Marvel Cinematic Universe (21° se si contano anche i Marvel One Shot, due stagioni di Agents of SHIELD, una di Agent Carter e una di Daredevil), quello che chiude la seconda fase, è dedicato alla nascita di un nuovo avengers Ant-Man che si rivela fra i più simpatici anche grazie alla sceneggiatura scritta da Edgar Wright che mixa sapientemente azione e comicità. Guest Star di Howard Stark, Peggy Carter, Falcon, Winter Soldier e Steve Rogers mentre nel product placement cui si distingue una bottiglietta Yakult. Una menzione particolare meritano invece le Life Savers giganti durante una rocambolesca scena di rimpicciolimento e il First Thomas, il simpatico trenino della piccola Cassie che diventa gigante sfondando il tetto, distruggendo un'auto della polizia e lasciando interdetti i detective Paxton e Gale in un finale colmo di carri armati volanti e formiche giganti. Bell'esempio di product placement a 360 gradi in grado di trasformare un giocattolo per bambini in oggetto culto per migliaia di nerds e collezionisti. Da non perdere i titoli di coda dove scopriamo come Ant-Man arriverà a combattere la civil war nel 3° Capt America. Il primo della terza fase che vede il ritorno in casa Marvel di Spiderman

Articolo su Per scheda completa



LA NOTTE DEL GIUDIZIO: THE ELECTION YEAR

🦋🦋🦋 / PP
 Regia: James DeMonaco /The Purge: Election Year / USA / 2016 / 109 min Cast: Frank Grillo, Elisabeth Mitchell
 Brands: Blow Pop, Daisys, Ice Chup, Fanta, Pepsi-Cola



Futuro prossimo. I nuovi padri fondatori degli Stati Uniti hanno creato la notte del giudizio (The Purge), dodici ore a marzo dove ogni crimine è concesso. Il tutto per far sfogare la rabbia dei cittadini ed avere poi 364 giorni di prosperità e senza crimine. In realtà scopriamo che il vero intento è quello di eliminare dalla società i ceti più deboli, i più violenti e anche, perchè no, gli avversari politici. Se il primo Purge era circoscritto ad una sorta di Gate, un quartiere isolato di lusso dove si dava libero sfogo alle invidie fra vicini e il secondo, ampliato alla città, mostrava come il governo inviava delle squadre speciali a ripulire le strade nei quartieri periferici e come i potenti si divertivano con una sorta di Hostel collettivo, il terzo diventa ancora più politico. Mentre da tutto il mondo arrivano persone per partecipare, la senatrice Charlie Roan, unica sopravvissuta della sua famiglia ad uno dei precedenti purge, sta per diventare il nuovo presidente degli Stati Uniti con un programma che cancellerebbe la notte definitivamente. Protetta da Leo Barnes, una sorta di Jack Bauer che era già sopravvissuto al precedente episodio, è costretta a vedersela con il partito rivale che l'ha inserita come piatto forte del sacrificio della notte. Leo sarà costretto a combattere contro doppiogiochisti, nemici politici e semplici cacciatori. Vanno in loro aiuto Lane Rucker, una sorta di supereroina della notte e Joe Dixon il proprietario di un negozio (anche lui con un passato da duro) che deve difendere il suo negozio di alimentari a tutti i costi visto che l'assicurazione ha approfittato proprio di quella sera per comunicare l'annullamento della copertura assicurativa (altro elemento che dimostra ancora di più il messaggio politico del film) e lui ha avuto poco prima l'idea di bloccare due ragazzette di colore, che si trasformeranno di lì a poco in due Gothic Lolita in/sanguinate/arie pronte ad ucciderlo e a distruggergli il negozio, per aver rubato una merendina. Blow Pop, Daisys, Ice Chup, Fanta e, stranamente Pepsi sono alcune brand presenti nel negozio e nel rifugio dei ribelli al Purge. Il resto è affidato alle auto.



SEOUL STATION

THE NIGHT OF THE LIVING BRAND

Lode e gloria al Neuchatel Fantastic Film Festival che non si limita a proporre film divertenti e cazzuti ma azzarda, andando a sondare trasversalmente linguaggi, nazioni, politiche, opere fuori dagli schemi. Dobbiamo all'edizione del NIFFF di quest'anno ad esempio la scoperta dell'animazione di Yeon Sang-ho magnifico esempio di film di zombie politicizzato (ritorno al prototipo romeriano?).

Chi volesse recuperarlo non si aspetti la magnificenza tecnica di *Inside out* (ennesimo pseudo capolavoro che però non si distanzia, nonostante punti chiaramente più in alto, dal fiabesco moralistico disneyano) o la carineria del tratto tutto occhioni e linee geometriche degli anime. Siamo invece di fronte ad un'opera grezza che arriva come un pugno allo stomaco per crudeltà politico-sociale. Niente a che vedere con l'impegno di Miyazaki destinato a piacere a tutti (e quindi scarsamente efficace) o con la cattiveria di un *South Park*, geniale ma molto "camp".

Il film inizia tra i barboni ubriacconi che vivacchiano davanti alla stazione di Seoul, ed uno di essi comincia a sentirsi male. Sarà il paziente zero, il primo tassello della virulenza che comincerà a trasformare in zombie gran parte della popolazione della città. Parallelamente si svolge anche la storia della protagonista Hye-sun, bella e giovane ragazza (poi sapremo ex-prostituta) che vive con un giovane disoccupato il quale vorrebbe che, per salvare il bilancio familiare, la sua compagna tornasse (saltuariamente, s'intende...) alla vecchia professione (tanto nella giungla di internet tante pulzelle coreane arrotondano così...). Hye-sun incazzata se ne va di casa e finisce proprio alla stazione dove ha il primo scontro con gli zombie. Inizia così un'avventura che vede coinvolta lei, il suo ragazzo alla sua disperata ricerca e un terzo elemento, un sedicente padre della ragazza, che si presenta all'uomo per aiutarlo nella ricerca. I tre si aggireranno per tre quarti del film tra i sobborghi di Seul cercando di ritrovarsi e cercando, al contempo, di salvarsi dagli zombie in costante aumento. Ora fino a qui che c'è di nuovo? Cos'è una versione animata di *The Walking dead*?

Più o meno.

Se, come si dovrebbe aver già capito, lo spunto iniziale vede protagonisti ubriacconi dimenticati da tutti, una dolce prostituta e un ragazzo tanto innamorato quanto ipocritamente disposto ad utilizzare le grazie della sua amata per evitare di cercarsi un lavoro, da qualche parte si vorrà ben arrivare. Ed in fatti la parte finale del film esplose in tutta la sua carica eversiva mostrando la polizia che ha ordine, dalle istituzioni, di reprimere gente innocente costringendola ad essere divorata dagli zombie per salvare la parte bene della città (scena che pare richiamare avvenimenti reali di soppressione violenta di gente che protesta contro quello che minaccia di tornare ad essere un regime, ovvero il governo sudcoreano, per cui la democrazia è sempre stata un optional, prima per volere dei militari ora, probabilmente, per volere dei potentati economici).

Ma non finisce qui perché si scoprirà (e chi vuole vedere il film non prosegua in questo paragrafo perché è spoiler) che colui che si presenta come padre della ragazza, molto impegnato a difendere la sua sicurezza, si rivelerà essere l'ex protettore della stessa che vuole riaverla per continuare a sfruttarla. Finirà in un massacro in cui gli zombie, poveretti, non c'entrano nulla!

Il film fa da prequel di *Train to Busan*, esordio di Yeong nel cinema live-action, girato subito dopo che ne è seguito e remake al tempo stesso.

In questo film è assai interessante anche la parte product placement. Infatti, soprattutto attorno alla stazione, appaiono tantissimi cartelloni pubblicitari, molti di questi con il brand leggermente cambiato (come si è soliti fare nel campo fumettistico). Quindi le brand ci sono e facilmente riconoscibili ma magari con una lettera cambiata. Se questo è per non voler rendere un servizio a marche che non hanno versato un contributo o se è per aggirare qualche regola non sappiamo. Certo è che non è efficace in nessuno dei due casi. Riconoscibilissimi infatti LG, acqua MAX, DUNKIN DONUTS, CITIBANK, COFFEE BEAN & TEA. Poi alcune cose locali come Hollys Coffee, Energy D (Bacchus) e stiamo parlando solo di quelle con caratteri occidentali... **SB**



中红普林
ZHONGHONG PU LIN

LOST IN HONG KONG / PP

Regia: Xu Zheng / Gang Jiong / HK / 2015 / 114 min Cast: Xu Zheng, Wei Zhao, Singh Hartihan Bitto, Bei-Er Bao

Brands: Arcade, Asics, Canon, Exadiang, Fedex, Maktec, SPD Bank, Visa, Vivo



Xu Zheng è un comico popolarissimo in Cina, ora regista, sceneggiatore e interprete dei suoi film che ottengono un successo clamoroso al botteghino. Al Far East Film Festival 2016 abbiamo visto il suo secondo film, Lost in Hong Kong (dopo il primo Lost in Thailand) e si tratta di una irrefrenabile e rutilante commedia spettacolare.

Xu ha sicuramente talento sia come regista (si vede che sa sfruttare al meglio tutte le possibilità della videocamera e del digitale, un esempio per tutti la storia della sua vita fino al momento presente raccontata in pochi secondi grazie ad un montaggio logico velocissimo di immagini) che come attore (è sicuramente capace di gestire il suo corpo e il suo volto al meglio sia nei momenti di azione che in quelli comici, erede cinese di Harold Lloyd...).

Come sceneggiatore pure sa come accattivarsi il pubblico ma anche come stupirlo e divertirlo.

La storia è semplice, il protagonista in gioventù sognava di diventare pittore e si era innamorato di un'artista sua coetanea ma il loro amore era restato platonico e finito troppo presto. Il personaggio interpretato da Xu in seguito incontra la figlia del proprietario di una ditta di intimo e finirà per sposarla e per abbandonare i suoi sogni artistici per finire a disegnare... reggiseni. Anni dopo, ormai adattatosi alla nuova vita "borghese", ha l'occasione di incontrare nuovamente la vecchia fiamma diventata una diva delle passerelle mondane. Il film è in pratica il viaggio di Xu verso la vecchia amica che diventa un incubo totale. Infatti per riuscire a raggiungerla dovrà far fronte all'invasione di un cognato idiota patito della videocamera che vuole fare un documentario su di lui e lo pedinerà ovunque rischiando di scoprire il tradimento della sorella da parte di Xu, finirà in mezzo ad un set cinematografico (il regista Wang Jing si presta volentieri con un cameo) in cui vedrà la sua testa rinchiusa in un elmo da cui, per mezzo film, non riuscirà più a liberarsi, e da quel momento gli succederà di tutto in un tripudio di avventure rocambolesche ed acrobatiche. Virtuosismi di macchina, esplosioni, sospensioni su grattacieli e tante risate. Product placement: FED-EX, CANON, telefonino VIVO, ASICS, VISA, SPD BANK e tanto altro. Insoliti i posizionamenti di preservativi (EXADIANG) e fresche (MAKTEC). Infine una delle scene più "complicate" si svolge all'interno del centro commerciale ARCADE.

Articolo su news

Scheda completa in attesa DVD



APOCALYPSE CHILD / PP

Regia: Mario Cornejo / Apocalypse Child / PHI / 2015 / 95 min Cast: Archie Alemania, Sid Lucero, RK Bagatsing

Brands: Pepsi-Cola



1977 dopo le riprese di Apocalypse Now, la troupe americana della Zoetrope, si millanta addirittura Francis Ford Coppola, troppo interessato alle bellezze locali, dimenticò su una spiaggia una tavola da surf.

30 anni dopo circa, il regista Mario Cornejo, parte dal surf e dall'altro regalo che si sostiene appunto essere stato lasciato direttamente da Francis Ford Coppola li: Ford, un ragazzo quasi trentenne, amante del surf, nato dopo che il regista ha avuto una relazione con la madre, una ragazza quattordicenne del luogo.

Banale la trama, come quella di molti film del genere filippini che vede un intreccio di amori e tradimenti fra due ragazzi e due ragazze che si risolvono anche con le sfide di surf purtroppo, per lo spettatore, non altrettanto sfortunate come quelle riservate a Blake Lively nel recente Paradise Beach: Dentro l'incubo che recensiremo nel numero di ottobre.

Inutile comunque dare giudizi su un film banalotto, prevedibile, trito e ritrito, con un product placement tradizionale fatto di Cole, auto, tavole da surf e moto usate in modo assolutamente tradizionale.

Presentato in anteprima al Far East Film Festival il film ci piace perché lascia aperti due grossi interrogativi.

Innanzitutto Ford non è il product placement della marca di auto, ma il nome ereditato dal presunto padre Francis Ford e dall'allora quattordicenne filippina ma la cosa, se fosse vera, non ci preoccuperebbe più di tanto.

La vera domanda è: se un surf abbandonato ha ispirato questo "filmetto inutile" cosa sarebbe successo se avessero dimenticato un elicottero?

Ma se avessero dimenticato un elicottero?



HIME-ANOLE / PP

Regia: Keisuke Yoshida / Himeanoru / Jap / 2016 / 99 min Cast: Gaku Amada, Ryusuke Komakine, Tsuyoshi Muro

Brands: Adidas, Ash, Tokyo Disneyland, Royal Garden Cafe



Uno dei film più interessanti del Far East Festival 2016 è questo Hime-anole, giapponese, un azzardato mix di commedia stralunata e slasher.

Diciamo che il film è diviso in due, la prima parte è la tipica commedia giapponese con due operai, tipici personaggi perdenti (uno di questi si presenta dicendo che lui al mondo non sa perché ci sta, che la sua vita non ha senso...), che si innamorano di una giovane cameriera non messa meglio di loro.

La ricerca di un amore tra imbranati non può che portare ad imbarazzi e comportamenti ai limiti del surreale con effetto comico decisamente azzeccato.

Tutto ciò fino all'entrata in scena di un taciturno e inquietante personaggio che si scoprirà essere un serial killer anch'esso innamorato della cameriera.

La seconda parte del film è una serie di massacri da parte del biondo disturbato che si scoprirà diventato così a causa di pesanti episodi di bullismo subito da lui a scuola.

Ora, che per denunciare il bullismo si debba arrivare all'espressione di tale violenza, forse è un po' gratuito, ma il film colpisce per come trascende i normali codici del cinema tradizionale di entrambi i generi affrontati e contemporaneamente ci mostri gli orrori che possono nascere dal "nulla" quotidiano.

A parte ADIDAS e una citazione di DISNEYLAND, nel film il product placement è principalmente di location. Ecco il ROYAL GARDEN CAFE' e un negozio ASH. Poi tante insegna in ideogrammi.

Dal Giappone un'ottima idea di pubblicità progresso contro il bullismo

Articolo su news

Scheda World in attesa uscita DVD



CREEPY / PP

Regia: Kiyoshi Kurosawa / Kuripi: Itsuwari no rinjin / JAP / 2016 / 130 min Cast: Yoko Takeuchi, Hidetoshi Nishijima

Brands: Adidas, Dodge, Premium



Presentato nella sezione New Cinema From Asia al Neuchatel International Fantastic Film Festival, ma aveva già avuto un passaggio al Far East Festival di Udine, Creepy è l'ultima fatica del grande Kiyoshi Kurosawa.

Un poliziotto che si è dato alla carriera universitaria si trasferisce con la moglie in una nuova casa.

Lei, effettivamente un po' invadente, vuole a tutti i costi fare amicizia con i vicini di casa, nonostante a questi non fregghi assolutamente niente.

Fra questi c'è anche un ometto scorbutico, che sfida chiunque a volere come vicino di casa, che vive con la figlia adolescente ed una madre che non si vede mai.

In realtà l'uomo è un malvivente capace di condizionare le menti umane, così come è già capitato di vedere in altri film del regista (come in uno dei suoi capolavori Cure) o come più recentemente come potere dell'antagonista di Jessica Jones nella serie cult di Netflix, e che ha l'abitudine di cambiare casa e famiglia fino a che non viene scoperto cosa che lo induce ad uccidere tutti e a cercarne una nuova.

Ovvio che a lungo andare la moglie del poliziotto si ritrova intrappolata e con lei anche il marito.

E, al solito, anche la polizia non ha la meglio.

Inquietante al punto giusto, anche se non fra più estremi di Kurosawa, il film contiene anche alcuni product placement interessanti, fra cui Adidas, Dodge e birra Premium.



détalle films



Emiliano Rocha Minter / Mex / 2016 / Goon /     / PP 

TENEMOS LA CARNE

NIENTE PLACEMENT ALL'INFERNO.

Il Neuchatel International Fantastic Film Festival 2016 ha selezionato nella sezione El Dorado il film messicano *Tenemos la carne*, uno dei film più estremi dell'anno. Scelta coraggiosa, qui non siamo davanti alla macelleria di un torture o di uno slasher, così eccessiva ma anche irrealistica per monotonia di rappresentazione e per l'eccesso di effetti speciali costruiti per divertire con l'orrore;

qui siamo di fronte ad un film che coinvolge lo spettatore, gli chiede di spogliarsi di tutti gli schemi mentali che si è costruito negli anni davanti allo schermo per buttargli addosso quanto di più diretto ci sia, sesso reale, sgozzamenti di soldati, cannibalismo, incesto, necrofilia, proponendoli non come un gioco ma come coinvolgimento partecipativo alla cruda esposizione delle azioni.

E' uno di quei film (come *Salò*, come *Antichrist*) che, o lo si considera una boutade ridicola per epater le bourgeois, oppure lo si eleva a cinema necessario (la parola capolavoro qui perde di significato).

E' un film che mette in difficoltà anche i selezionatori, tanto è vero che la ragazza dell'organizzazione che lo ha presentato in sala ha subito tenuto a precisare che il film ha due importanti sostenitori, Inarritu e Cuaron (così per dare valenza artistica e quindi indorare la pillola), e poi, dopo averne annunciato l'estremismo, se ne è andata un po' imbarazzata.

Pochi spettatori, anche tra quelli presenti in sala e abituati ad eccessi di ogni tipo, sono disposti ad accettare certe scene, soprattutto sessuali bisogna dire, al di fuori di un cinema che di questo si occupa (l'hard), e i risolini tutte le volte che una vagina od un pene sono inquadrati in primo piano (che sicuramente non ci sarebbero stati se fosse inquadrato

che ne so, un piede) dimostrano come la concezione di libertà d'espressione e libertà sessuale sia ancora ben lontana dallo squarciare il velo di perbenismo in materia e ancora resta ammantata d'ipocrisia. film vede in scena l'incredibile volto dell'attore Noé Hernandez che sembra il sopravvissuto di non si sa bene quale apocalisse, rifugiato in uno scantinato in cui distilla uno strano liquido, concentrato di elementi vitali. Presto è raggiunto da una coppia, sorella e fratello, che costringerà all'incesto davanti ai suoi occhi. Poi vi sono salti temporali in cui nel rifugio arriveranno altri personaggi, un soldato che farà una brutta fine, una ragazza usata sessualmente dai due fino all'orgia di sesso e morte finale. L'esordiente regista Emiliano Rocha Minter ci vuole trascinare verso gli istinti primordiali, ad opporci alle sovrastrutture di una società caotica piena di convenzioni e regole da rispettare, orribile e ormai insostituibile. Una delle prime cose che fa fare al suo antieroe è costruire una grotta artificiale, poi lo farà rinascere squarciando un imene con tanto di liquido amniotico. Primitivismo, ritorno al selvaggio, alla carne. Mangiare, dormire, scopare. Elementi primigeni.

Non siamo così ingenui da non pensare che il buon Minter non ci giochi dentro con gli eccessi per provocare, superando spesso il kitsch, ma il suo è un film come ce ne dovrebbero essere con più costanza (produzioni permettendo), da prendere con gli eccessi sia visivi che stilistici (l'opera ricorda alcune cose del cinema estremo giapponese in primis Hisayasu Sato ma anche il *Blind beast* di Masumura) ma anche con la libertà assoluta di cercare strade altre di cui è impregnato.

Nessun product placement...

e ti credo... **SB**



BAAHUBALI: THE BEGINNING 🗡️🗡️🗡️ / PP

Regia: S. S. Rajamouli / *Baahubali: The Beginning* / IND / 2015 / 159 min **Cast:** Prabhas, Rana Daggubati, Anushka Shetty
Brands:



Baahubali, Baahubali, Baahubali... scandisce il presentatore di questo kolossal indiano prima della proiezione sul palco del cinema Temple du bas al Neuchatel International Fantastic Film Festival 2016.

Ed è anche l'invocazione del popolo della città in cui è ambientato questo film epico quando il piccolo figlio del grande re Baahubali (ora defunto perché spodestato dal fratello che ha reso schiavi tutti i suoi sudditi anche se non si sa bene quando e perché, per questo bisognerà attendere la conclusione con il secondo capitolo *Baahubali: The Conclusion* che uscirà nel 2017...) si presenta in città (dopo varie vicissitudini che lo portano a superare ostacoli apparentemente impossibili attirato dall'amore per una bellissima ribelle) per liberare la madre che non sa essere sua madre...

La storia non è certo il pregio principale di questo film, ovvia e complicata al tempo stesso e spalmata, come detto, su due film con flashback che occupa metà di questa prima parte e continuerà nella prossima, ma l'eccesso spudorato di kitsch e effetti speciali digitali per una volta immaginifici e pieni di trovate, con parti visive in cui sembra di essere dentro alle foto di Lachapelle e altre nella Nuova Zelanda de Il signore degli anelli, e solite musiche bollywoodiane elegiche e roboanti.

Se ci si lascia andare alla magnificenza dello spettacolo puro si capisce che Rajamouli, il regista che già ci aveva divertito immensamente ad una edizione precedente del NIFFF con il suo *Eega*, ci sa maledettamente fare e se pure è votato solamente ad incassare il più possibile (e ci riesce benissimo)

Dimostra di avere un gusto, una visionarietà ed una fantasia decisamente superiore a molti suoi colleghi (dell'intera ...ollywood che abbia davanti la B o la H).

Nessun product placement in questo kolossal (fanta)storico.

Articolo su **RET**



TOZ BEZI 🗡️🗡️ / PP

Regia: Ahu Ozturk / *Toz Bezi* / TUR / 2015 / 99 min **Cast:** Asiye Dincsoy, Didem Inselel, Ibrahim Iris, Nazan Kesal
Brands: Evo Solution, Intimissimi



Due donne di servizio tanto a amiche da considerarsi sorelle devo affrontare i problemi dell'odierna Turchia dove la differenza sociale si acuisce e le difficoltà per la povera gente, soprattutto le donne con lavori saltuari e pochi soldi, diventano un problema determinante a tal punto da rendere invivibile l'esistenza.

Hatun è sposata con un marito fannullone e con figlio da mantenere, Nesrin, la più debole, viene abbandonata dal suo, di marito, che comunque non rappresentava una gran risorsa per la sua sussistenza.

Si ritrova così sola con una figlia da sfamare. Dai loro "padroni" benestanti le due donne hanno solo vessazioni e promesse non mantenute.

La situazione peggiora e il dramma è uno sviluppo quasi inevitabile.

L'esordio della regista turca Ahu Ozturk presentato in concorso al 34° Bergamo Film Meeting posa lo sguardo su questa umanità che è stata anche la sua con una narrazione molto semplice che guarda più alla cinematografia iraniana, poetico-minimalista, che non alla nuova cinematografia turca dalla rarefazione estrema.

Nulla fa pensare ad un qualche inserimento di product placement fino al momento in cui Nesrim si ferma ad una fermata di autobus dove spiccano le pubblicità di EVO SOLUTION e INTIMISSIMI.

La situazione turca nel film di Ahu Ozturk



MUERTE EN BUENOS AIRES 🗡️🗡️🗡️ / PP 🚩

Regia: Natalia Meta / *Muerte en Buenos Aires* / ARG / 2016 / 90 min **Cast:** Hugo Arana, Jorgelina Aruzzi, Monica Antonopulos
Brands: Kawasaki, La Razon, Mercedes



Buon film dall'Argentina al Neuchatel International Fantastic Film Festival, poliziesco amarognolo che ricorda nell'atmosfera *Il segreto dei suoi occhi* (che come per il suo illustre predecessore, ci aspettiamo venga ben presto rovinato da un remake americano), interpretato ottimamente dal messicano Demian Bichir, poliziotto stanco quanto infallibile che deve vedersela con un giovane collega che è anche l'assassino (non è spoiler, lo si vede nella prima scena quando dopo aver ucciso si ascolta SPLENDIDO SPLENDETE della Retto- re!).

E' piuttosto intrigante questo gioco a nascondersi del giovane che entra sempre più nella vita del poliziotto anziano, sia lavorativa che privata, come è interessante anche l'ambiguità sessuale che aleggia per tutto il film (la vittima era un noto omosessuale).

Alla fine di tutto manca quel pizzico di mestiere da parte della regia per rendere il tutto più tosto e dark, il che darebbe un livello qualitativo superiore al tutto.

L'opera è comunque godibile e non così standardizzata come ad esempio il [film svedese di Moland](#) pure presente al festival.

Poco il product placement, abbiamo KAWASAKI, MERCEDES e un quotidiano, LA RAZON.

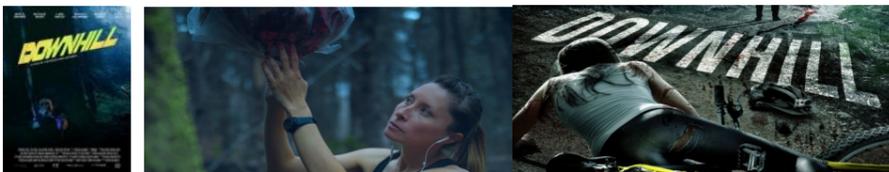
In attesa del sicuro remake (che lo distruggerà) hollywoodiano

Articolo su



DOWNHILL 🗡️🗡️🗡️ / PP 🚩🚩🚩

Regia: Patricio Valladares / *Downhill* / CILE / 2016 / 82 min **Cast:** Ignacia Alleman, Natalie Burn, Ariel Levy, Bryce Draper
Brands: Adidas, BMX, Cede, Cristal, Facebook, I-Phone, KIA, SKYPE, Sonic, Sportsci, Trek Mtb



La sezione El Dorado del Neuchatel International Fantastic Film Festival 2016 si divide in due parti, una di recupero di film di genere meritevoli nella storia del cinema sudamericano e una di mostra di opere recenti dello stesso tipo.

Downhill fa parte delle novità e arriva dal Cile dal prolifico regista Patricio Valladares, in procinto di sbarcare a Hollywood. In effetti il ragazzo ci sa fare riuscendo a far diventare una sceneggiatura delirante un godibilissimo prodotto tra la fantascienza, il thriller e il gore.

Una coppia di ciclisti americani dopo la morte di un amico in un incidente di corsa vengono chiamati da un'altra coppia di amici in Cile. Mentre si allenano in mezzo ad una foresta diventano testimoni di un apparente incidente che invece si rivela un tentativo di omicidio. Da questo momento a loro e agli amici ne succederanno di ogni, inseguiti dagli assassini (l'inizio sembra un comune survival movie ma non si limiterà a ciò) avranno anche a che fare con una setta che fa esperimenti con uno strano verme che si installa nei corpi delle vittime causandone purulenti infezioni...

Insomma un pot pourri di explotation film trascinate e divertente fino alla fine, ben girato al punto di farci passare sopra alle assurdità di alcuni passaggi della trama.

Product placement: su tutto TREK MTB marca di BMX e altre brand di ambito ciclistico sportivo come CEDE, SPORTSCI, ADIDAS. Poi tanto altro, SKYPE e FACEBOOK, birra CRISTAL, auto KIA, SONIC, I-PHONE

Scheda World in attesa uscita DVD

2015 - Novembre 2016

PPPTV

La televisione degli ultimi 18 mesi vista attraverso il product placement, la cross promotion, i brand contest e brand entertainment andati in onda. Guarda le ultime novità in attesa del primo numero ufficiale del nuovo Dy's Chronicles su [Dy's News](#)

Rai 1

Rai 2

Rai 3

Rai 4

Rai 5

Rai Movie

RAI

Rai News

Rai Gulp

Rai YoYo

Rai Sport

Rai Scuola

Rai Storia

Rai Premium

PECHINO EXPRESS

LE CIVILTÀ PERDUTE



AMORE IN MONTAGNA COI WURSTEL

(Un passo dal cielo 3)



In attesa della quarta stagione orfana di Terence Hill, un'analisi veloce del product placement della terza. La terza stagione del "Don Matteo guardaboschi" parte con l'arrivo di Elisa, una bella modella, condannata per evasione fiscale, che ha l'obbligo di residenza e di svolgere lavori socialmente utili a San Candido e della quale, nonostante l'apparizione durante le puntate di mariti ed aspiranti fidanzati più o meno bizzarri, si innamora il commissario che fra una disavventura e l'altra cerca di conquistarla non con peluche, fiori o gioielli ma con biscotti Loacker (product placement non fra i più riusciti ed esaltanti per un'azienda alla sua prima prova con questo strumento di comunicazione aziendale) e speck e wurstel Senfter (decisamente più interessante per alcune situazioni più comiche ed integrate rispetto ai markettoni della precedente).

A loro si uniscono il product placement di Huber costantemente impegnato a controllare i costi della luce attraverso le bollette e le segnalazioni online di Edison, cosa che se nel convento delle suore di [Che Dio ci aiuti](#) avevamo salvato per un'integrazione quasi comica grazie alla superiora, qui siamo

costretti a stroncare catalogandolo nel nostro carousel placement dove, in un paio di puntate, si è rischiato di farle diventare direttamente un brand content di Edison. A confondere ulteriormente le cose la storia d'amore della figlia non vedente del vice guardaboschi che si divideva fra amore per il futuro sposo, l'aspirazione a diventare una grande cuoca, passione probabilmente presa dal padre (il bravissimo Francesco Salvi) che almeno si sforza alla griglia con i wurstel (Senter) e salsicce decisamente meglio della madre (Katia Ricciarelli) perennemente al fornello alle prese con il minestrone Orogel, e cerca di costruire una casa serra progettata grazie ad un progetto energia pulita di Eni.

Anche l'ultima delle guardie ha il suo bel daffare a salvare la giovane ... ad uscire dal suo passato di prostituta e a salvare il figlio rapito da una coppia di delinquenti.

A questo punto manca solo Pietro Thiene ma a questo si sa, così come per gli altri personaggi di Raiuno è affidato l'hope placement

MR11



PECHINO EXPRESS CON TEXACO



👤 👤 👤 / PP 🚩 🚩 🚩



E' partita la quinta edizione di Pechino Express - Le civiltà perdute che vede i viaggiatori conquistare le strade dell'America centrale partendo dalla Colombia, passando per il Guatemala ed arrivando in Messico.

Anche quest'anno la conduzione è affidata a Costantino della Gherardesca mentre le coppie in gara sono quella de I contribuenti (Cristina Bugatty e Diego Passoni), I coniugi (Francesco Sarcina e Clizia Incorvaia), Gli estranei (Marco Cubeddu e Silvia Farina), Gli innamorati (Lory del Santo e Marco Cucolo), I socialisti (Alessandro Tenace e Alessio Stigliano), Gli emiliani (Ruichi Xu, Carlos Kamizele Kahunga), Gli spostati (Tina Cipollari, Simone di Matteo), Le naturali (Benedetta Mazza e Raffaella Modugno).

Ospiti d'onore nelle puntate fino ad ora andate in onda Alessandra "Angelina" Angeli, la marchesa Daniela Del Secco D'Aragona e Fariba Mohammad Tehrani come handicap per tre squadre prima e come unica squadra delle caravelle poi, e Daniella Margarita Alvarez Vasquez (Miss Colombia 2011) come bonus per una squadra.

Partita come fosse un programma della televisione Cadena Radial Colombiana de Television S.A., meglio nota come Caracol TV la sfida contiene, al solito, anche alcuni product placement che sono fra i migliori che ha in questo momento la TV italiana.

Si parte da Premiata Calzature con le scarpe dei concorrenti, che era già presente nelle scorse edizioni ma in questo caso con alcune inquadrature fatte ad hoc.

Samsung, da sempre tablet di Costantino per seguire le vicende della gara aumenta posizionamento e valore del coefficiente Dy's con l'inserimento in ogni puntata di un gioco legato agli smartphone (fotografare pipistrelli, fare i venditori ambulanti di telefonate). New entry vincente Jeep che a seconda delle situazioni e dei modelli accompagna i viaggiatori durante le sfide o la coppia vincente al premio che le è stato riservato. Ma è interessante vedere quali altri marchi entrano in gioco per sbaglio o vengono citate dai viaggiatori.

Sono così passati il corriere espresso Coltanques, Hero Cycles, Movistar, Samboro e l'onnipresente Texaco. **GC**



UN MEDICO IN FAMILIARE - STAGIONE 10

Arrivato alla 10 stagione, "Un medico in famiglia" comincia un po' a perdere qualche colpo sia in termini di trama che in termini di ascolti, che pur rimanendo molto alti con una media di 4 milioni a puntata ha comunque perso rispetto alla nona stagione quando la media era di circa 5 milioni a puntata.

Alla famiglia di origine in questa serie si uniscono due nuovi personaggi che condizionano non poco le vicende dei Martini: Maddalena una donna che chiede aiuto a nonno Libero per rintracciare il padre che è fuggito prima a Roma e poi in Sud America con la sua giovane amante e Valerio Petrucci, un uomo misterioso che si scoprirà aver avuto una storia con Elena, la prima moglie di Lele, ormai deceduta, durante il periodo in cui erano sposati, e che ora vuole fare la prova del DNA per capire se Anna è o sua figlia. (Non vi diciamo niente per non spoiler are).

A questi macrotemi si aggiungono le solite beghe dei Martini. Sara non ne combina una giusta nella sua relazione con Lorenzo: da comprare una casa disastrosa da un venditore farlocco a distruggere una mano a Lorenzo per colpa di un incidente mentre era ubbriaca e a tradirlo una notte sulla spiaggia.

Intanto anche Elena decide di intraprendere anche lei la carriera di medico iscrivendosi a medicina.

Come al solito la fiction contiene del product placement anche se aspettiamo la fine per dare un giudizio definitivo visto cosa erano riusciti a propinarci nelle passate edizioni (Cfr. [Max Renn II, Un medico nel brodo, Dy's News 06/06/2011](#))

Al momento il top l'abbiamo avuto con una prima puntata interamente dedicata al location placement della Puglia che partendo dal titolo "Puglia, che meraviglia" vede metà della famiglia al mare dai nonni con tanto di scorci di spiagge con i ragazzi e di bigino delle tradizioni (come il liquore alla mandorla) elencato da nonno Libero durante la sua ricerca.

Per quanto riguarda il product placement invece fanno la loro elegante le auto Fiat perennemente parcheggiate nel vialetto di Cinecittà che sta fra Poggio Fiorito e l'Istituto Luce. Dalla Panda arancio alla 500L grigia pronte a sfilare con a bordo nonno Libero, mentre l'incidente di Sara viene fatto con un Audi **JMN**



👤 👤 / PP 🚩





RAI 1 - UNOMATTINA

Fra la strana programmazione product placement di Raiuno spunta uno strano e ambiguo placement in Unomattina. Strano in quanto bisogna capire dove si colloca il contenitore mattutino dell'ammiraglia della Rai. Se è informazione siamo al limite per la rubrica quasi fissa dedicata alle ricette con il Grana Padano dove si enunciano anche tutte le caratteristiche nutrizionali del prodotto. Ma siamo in un periodo di crisi per il nostro Made in Italy, come mostrano in contemporanea tutte le truffe del taste and sound of Italy mostrate ogni giorno a Tagadà, quindi va bene così.



RAI 1 - FAN CARAOKE

Vagamente ispirato al James Corben Carpool Karaoke, programma che ha visto salire sulla macchina del conduttore celebrità del calibro di Adele, Britney Spears, Elton John e Michelle Obama (nel parco della Casa Bianca) per cantare con lui le canzoni, è partito su Raiuno Fan CarAoke che vede continuare la collaborazione fra Fiat Chrysler Automobiles e la Rai. Mentre a bordo di un'auto Giampaolo Morelli porta in giro il cantante di turno intervistandolo e cantando con lui, su un'altra Giulia Valentina Palermo procede con tre fan, cantando con loro e intervistandoli per trovare la pecca per farli scendere. Solo uno potrà arrivare a conoscere il suo idolo. Interessante programma che potrebbe essere un brand content del cantante e del gruppo automobilistico con le macchine che viaggiano in coppia: con Alessandra Amoroso le Alfa Romeo con Zucchero la Jeep.



RAI 1 - IL MISTERO DELLE LETTERE PERDUTE

È stata trasmessa questa estate la serie Signed, Sealed, Delivered composta da dieci episodi più una serie di film prodotti dalla Hallmark che narra di un dipartimento della United States Postal Service (USPS) incaricato di consegnare tutte le lettere impossibili perché l'indirizzo è andato perduto. Fiction interessante basata su un product placement inutile in Italia ma istruttivo.

RAI 2 - STASERA TUTTO È POSSIBILE

Grande lezione di geografia a Stasera tutto è possibile nella puntata del 4 ottobre al gioco decollo dove partecipavano Roberta Gianrusso, Caterina Balivo e il mago Forrest. Non product placement ma location placement dove abbiamo imparato, complice Amadeus che l'Australia è un continente e l'Arizona non è uno stato. Elisabetta II e Doug Ducey ringraziano.



RAI 5 - MEKONG - LA MADRE DI TUTTE ACQUE

È andato in onda su Rai 5 l'interessante documentario di Sue Perkins (giornalista, attrice, sceneggiatrice ed attrice) "Mekong - La madre di tutte le acque" Partendo dal Laos e risalendolo fino alla Cina un viaggio attraverso la cultura, le realtà, soprattutto povere del fiume analizzando alcune contrapposizioni come la città stile Las Vegas con alberghi con statue di Zeus e pareti che ricordano la Cappella Sistina che i miliardari cinesi stanno costruendo sul confine con la Cina e che di fatto diventerebbe territorio cinese (in Cina il gioco d'azzardo è illegale e gli abitanti del Laos non potrebbero frequentarlo) e la/le diga/he che sta costruendo la compagnia elettrica Poyry che non si capisce se farebbe più bene o più male all'economia della regione. Sue accetta l'ospitalità di tutti che pensano che il suo articolo giornalistico possa portare pubblicità alle aziende e alla Laos Vegas ma poi la sua analisi è giornalistica (la Perkins è considerata fra le più influenti giornaliste in Gran Bretagna). Bello quindi. Quello che spiace è che un reportage/reality con lo stesso percorso fatto da uno dei più importanti psicologi italiani (Carlo Alberto Cavallo) alla ricerca infernale dei 7 peccati capitali abbia trovato spazio solo sul web e non sulle tv. Se vi va il resoconto lo [trovate qui](#).



GRANDE FRATELLO

VIP



MEDIASET



IRIS



MEDIASET EXTRA

MEDIASET TGCOM24



COPPIE IN CRISI ALL'IS MORUS RELAIS

(Temptation Island Stagione 04)



È arrivata puntuale anche quest'anno l'edizione (la 4°) di Temptation Island, sorta di reality proveniente dall'America dove un gruppo di coppie si mettono in discussione decidendo di passare 21 giorni separati in balia di splendide e splendidi singles pronti a conquistarli.

Prodotto dalla Fascino PGT che così sfrutta l'immenso campionario di aspiranti "Uomini e donne" Temptation Island fa leva su meccanismi ormai assodati e sicuri del programma madre, del grande fratello, di C'è posta per te e con Flavio Zerella e il suo canto d'amore appassionato "Amore amaro" si è pure rischiesta la deriva verso Amici.

Poco importa quanto ci sia di reale e quanto di inventato visto che lo scopo finale dei protagonisti è il classico: vedere il programma come un brand content di se stessi, fare una vita fra discoteche e feste e, why not?, se si è fortunati, anche un posto letto nella casa del Grande fratello vip.

Dopotutto per alcuni di questi forse dichiarare di aver recitato potrebbe essere l'unica via di salvezza, altrimenti ci sarebbe di che vergognarsi a vita.

Come al solito interessante ma anche "strano" il product placement partendo dalla location.

Il programma si svolge in posti da favola che vengono ripresi meglio di qualunque filmato di promozione tradizionale, senza contare, ovviamente, il coinvolgimento emotivo dello spettatore. Ma a parte le spiagge, gli ambienti, il falò e il servizio al top, raramente si intravedono indizi che fanno riconoscere allo spettatore, che per definizione di quel target di riferimento, attento a tutt'altro e quindi in grado di percepire solo macroindizi, che si tratta dell'IS MORUS RELAIS a Margherita di Pula. Stesso dicasi per le location delle esterne. Passi l'Île de Cavallo dove ci puoi approdare solo se residente o invitato, ma anche per lo Sporting Hotel di Porto Rotondo viene riservato un trattamento simile con l'ingresso inquadrato in un lampo adatto solo per occhi esperti. Va meglio alla Porsche con cui viene portata in esterna (ma lei ovviamente non ci voleva andare) Georgette e alle canoe Diana.

C'è poi il caso Lete bene in vista all'inizio, poi scomparsa e il siparietto (più content che promo) di Caffè

Borbone, ormai è ovunque. **POC**



CASA SIFFREDI E AMICA

Dopo aver salvato un'edizione dell'[isola dei famosi](#) ed essere corso a difendere una delle più disastrose edizioni di sempre de Il grande fratello, Rocco Siffredi si guadagna un reality tutto suo, così coinvolgendo la moglie Rosa Caracciolo (Rozsa Tassi), i figli Lorenzo e Leonardo e altri parenti e collaboratori nasce Casa Siffredi.

In pratica si vuole mostrare la normalità della casa di uno dei più importanti e famosi attori porno del mondo in contrapposizione al suo lavoro.

Se da una parte la sua vita prosegue normalmente con le cene in famiglia, i discorsi ai figli e le coccole alla moglie la sera, dall'altra quando va al lavoro si trova a che fare con il suo lavoro di produttore, regista e attore circondato da splendide donne.

La trama principale del film è l'apertura della Siffredi Hard Academy - L'università del porno, cosa che comporta trovare la location, creare i corsi e, soprattutto selezionare attori ed attrici attraverso casting effettuati da lui e dalle migliori pornostar europee del momento.

La Siffredi Hard Academy rimane così il primo product placement del programma, anche se ovviamente il target concreto, non il potenziale, rimane molto limitato e, quindi, il vero placement è quello della casa di produzione di Rocco e dei suoi film, anche perché dopo le dichiarazioni di abbandono fatte sull'isola l'aspettativa per i nuovi film era aumentata.

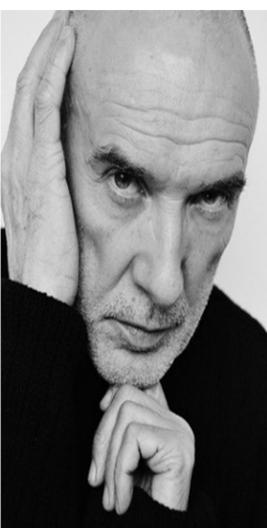
Ma anche altre cose ne hanno giovato come i Jackal che lo coinvolgono nel loro web corto "[... guardiamo un film con Rocco Siffredi?](#)" o Pitti uomo dove hanno sfilato moglie e figli.

Poi ci sono le cose della vita quotidiana: dalla Land Rover che ha a Budapest a Youtube guardato fino al caffè o al Herbalife sul bancone della cucina.

Non potevano mancare le patatine Amica Chips di cui Rocco è stato testimonial con una delle più divertenti, originali e, per alcuni, scandalose pubblicità fatte in Italia.

Uno spot che ha dato vita ad una miriade di imitazioni ed è subito diventato virale. Onestamente non poteva non esserci. **MRII**

👤 / PP 📌



CIAO BELLEZZA! VUOI UN TEA?

Dall'Hotel Mioni Pezzato & SPA, il centro benessere di Abano Terme, Diego Dalla Palma si è messo al servizio di donne dai 16 agli 80 per renderle belle trasformandone l'immagine.

Il programma Ciao Bellezza andato in onda su Rete4 ma c'è da scommettere in future repliche su La5 è sicuramente interessante. In quello che sembrerebbe solo un brand content della SPA, Diego Dalla Palma mette a disposizione tutto il suo sapere (e quello dei collaboratori) per essere d'aiuto alle donne che partecipano all'esperimento.

Ricordiamo che Dalla Palma non è solo un guru indiscusso in fatto di bellezza ma ha anche scritto un buon libro "Per amarsi un po'" che cerca di aiutare a ritrovare anche la serenità/ la bellezza interiore e a rivalutarsi e a sapersi apprezzare.

Mettendo insieme queste due doti analizza la cliente ancora prima di vederla disegnando una sorta di ritratto di quello che sente cercando di avere spunti, ad esempio come per Claudia, una giovane ragazza che ha deciso di intraprendere la carriera militare e cercare di trasformarla anche dopo una chiacchierata per capire sogni, motivazioni e personalità.

Fino a qui tutto bene.

Quello che spiace è vedere una boutique di product placement (e noi siamo a favore) con alcuni posizionamenti imbarazzanti.

Nella SPA c'è di tutto.

Si arriva con la BMW logata ovviamente Mioni Pezzato mentre Diego disegna con gli Staedter. C'è il consiglio della naturopata Lucia Viola direttrice della rivista Oltre che ovviamente appare sulle varie scrivanie in mano un po' a chiunque. Ci sono poi i prodotti di bellezza Extrema Mediterranea, Mediterranea PRO, MK UP, Ladybird House e Orly Nails.

Ci sono i parrucchieri del Progetto Class (Hair Academy Style) che usano i phon Imetec.

Fino a qui ci sta tutto.

Quello che proprio stona è il momento in cui arriva la cliente con la necessità di Dalla Palma di bere la bevanda a base di bacche. Su questo si poteva fare decisamente meglio. **MRII**

👤 / PP 📌





ITALIA 1 - GIU IN 60 SECONDI

Se ti chiami Abarth e il tuo core business è quello di elaborare auto in grado di dare adrenalina, qual è il tuo brand content ideale? Quello che può dare adrenalina. Ecco quindi arrivare un format che spara l'adrenalina del protagonista a 1000 creato apposta per FCA e che un po' ripaga il fatto di essere quasi monopolista nei programmi RAI ed esserlo poco in quelli Mediaset. Il gioco è quello di portare artisti famosi a 4000 metri di altezza e farli lanciare per la prima volta con il paracadute non prima però di avergli fatto provare un circuito di Rally al massimo. Tutto logato Abarth.



LA5 - A COLAZIONE

Prodotto da Elio Bonsignore, che già produce programmi di cucina con anni di successi come Ricette in famiglia e declinazioni varie, il format A colazione in onda su La5 (con repliche su Canale 5) vede Samya Abbary, in una bella villa con piscina immersa nella campagna, preparare colazioni alternative come uno strudel salato ripieno di mele e asiago, avvolta da (Alessandro Borghese Kitchen Sound docet) musica a manetta.

Anche lo stile è svecchiato rispetto a "Ricette", del resto anche il target è diverso rispetto a Rete4, e quindi via libera anche all'ospite d'onore che presenta la sua ricetta e ad un product placement più dinamico, anche se a volte scade, fatto del solito caffè Borbone, Acqua Rocchetta, Fior di Carta, Burro Sano, Fagolosi. Pentole Illa. Ben fatto.



IRIS - VENICE LOUNGE

Durante la 73° Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia Tamara Donà ha presentato per IRIS "Venice Lounge". Trasmesso dalla Palazzina "G" di Venezia, il programma ha raccontato il glamour della festa con i vari ospiti che si sono affacciati di volta in volta. Il programma era sponsorizzato da Grazia insieme a Shiseido: una collaborazione strana visto che l'azienda sembrerebbe contraria al PP in

CANALE5 - FORUM

Tornato anche quest'anno l'appuntamento quotidiano con il tribunale di Canale 5: Forum, e con lo sportello di Forum su Rete 4.

Fra le novità un'assistente del giudice e quattro figli d'arte (Paolo Ciavarro, Sofia Odescalchi, Camilla Ghini, Camilla Tedeschi). Confermata Barbara Palombelli, e confermato, fortunatamente, il giudice Francesco Foti. Confermata anche acqua Lete.



RETE 4 - RICETTE IN FAMIGLIA

In onda ormai da anni in varie forme e titoli è tornato il programma di Elio Bonsignore dedicato alla promozione delle città italiane e della cucina italiana. Lo schema è il classico Davide Mengacci presenta il paese con l'aiuto di un autoctono competente dopodiché passa a tavoli e fornelli dove fra un'intervista e l'altra prepara la ricetta con l'ausilio di pentole Illa, Fior di Carta e acqua Uliveto. Lo stesso placement è usato anche per l'angolo della ricetta di Molly B ma qui c'è il consiglio (messaggippone promozionale) sui prodotti dop come l'olio del consorzio Nocellara del Berice o il miele. Nel frattempo come nella più grande tradizione dei vari linea e mela verde Michela Coppa si muove fra le aziende della zona per promuoverle con servizio ad hoc.

Se non bastasse un angolo viene lasciato a Gianluca Mec per le sue ricette del benessere dove propone la sua dieta tisanoreica in collaborazione con altre realtà imprenditoriali.

Ma il top del placement lo abbiamo con la macchina guidata da Michela Coppa che è fornita dalla concessionaria Citroen Bruno Tibo di Roma.

Anomalo per una televisione generalista nazionale.





ECCEZIONALE
Veramente





COMMEDIA DA DUE CARAMELLE

(Eccezionale veramente - Stagione 01)



Esperimento televisivo di La7 da un'idea di Gabriele Cirilli e prodotto dalla Colorado Film probabilmente in cerca di nuovi talenti per la propria scuderia.

Nell'epoca dei talent di tutti i tipi ecco quindi il talent per nuovi cabarettisti che ha visto come giudici fissi Diego Abatantuono, Selvaggia Lucarelli e Paolo Ruffini e alternarsi come quarto giudici personaggi del calibro di Pupi Avati, Renato Pozzetto, Gabriele Salvatores, Chiara Franchini, Massimo Boldi, Raul Cremona, Oscar Farinetti, Gianni Rivera, Francesco Facchinetti, Dan Peterson e Carlo Vanzina.

In ogni puntata gli aspiranti comici dovevano sfidarsi a colpi di monologhi per passare alla fase successiva dove il vincitore avrebbe vinto un contratto biennale del valore di 100.000 per cinema e televisione con la Colorado Film.

Un X-Factor comico che ha visto alternarsi comici che avrebbero fatto pena ai peggiori di Colorado (o di Made in Sud) ad altri che erano assolutamente pronti per il palco di Zelig e forse oltre.

Alla fine ha vinto il monologhista Roberto Lipari abbastanza meritatamente anche se non all'altezza della coppia sadomaso Ghetti e Baldieri, assolutamente esilarante che c'è da scommettere che rivedremo presto da qualche altra parte.

Ma veniamo al nostro core business: abbiamo scelto questo programma per il nuovo numero zero perché considerato la scelta editoriale del La7 e le poche novità della 7d non erano molte le opzioni ("Bellezze in bicicletta" lo trovate fra gli aggiornamenti a questo numero in [Dy's News](#)).

A parte le citazioni comiche contenenti brand ci sono poi i placement veri e propri.

Si parte con Fiat Professional con i furgoni che trasportano le attrezzature si trova poi l'acqua Sant'Anna e Santhè per i giudici, la macchinetta del Caffè Borbone dietro le quinte, Samsung tablet, sedia Magis e poltrone Chateau D'Ax.

Per finire la caramelle Bonelle in bella vista sul tavolo dei giudici. **POC**

sky UNO

FROM EXECUTIVE PRODUCERS

sky ATLANTIC HD

JONATHAN NOLAN LISA JOY

sky ARTE HD

sky TG24

sky SPORT24

sky CINEMA

SKYITALIA

cielo

tv 8

EVERY HERO HAS A CODE

sky MUSIC

ESTWORLD

sky

GAMBERO ROSSO

SERIES PREMIERE
OCTOBER 2 9PM HBO

sky METEO24

©2015 Home Box Office, Inc. All Rights Reserved. HBO and related services and service marks are the property of Home Box Office, Inc.



MILIARDARI GRAZIE A BLOOMBERG

(Billions Stagione 01)



Chuck Rhoades è un procuratore del distretto sud di New York. Arrivista, pronto ad ogni genere di doppiogioco e tradimento per facilitare la sua carriera non concede piaceri a nessuno e, anzi, cerca di sfruttare tutto il suo potere per sottomettere gli altri al suo volere e ai suoi giochetti, forse anche perché nella realtà è sottomesso alla moglie Wendy nei giochi sadomaso: elemento che gli autori hanno inserito per renderlo simpatico, anche se è assolutamente odioso. Un giorno sulla sua scrivania compare un dossier su Bobby “Axe” Axelrod, proprietario della Axe Capital società finanziaria specializzata in fondi speculativi. Anche lui non è un santo, anzi risulta, nel corso delle puntate, che la sua prima vera speculazione l’abbia fatta durante l’attacco alle torri gemelle mentre tutti i suoi colleghi erano in quegli uffici. Anche lui pronto a sfruttare chiunque per ottenere i suoi successi, ma in questo caso gli autori non riescono a farcelo odiare e, anzi, nonostante sia palese la sua non buona fede, non si può non parteggiare per lui nella sfida con Chuck Rhoades.

Intorno questa “gara” senza esclusione di colpi

34

si muovono altri personaggi (nessuno dei quali risulta “pulito”) fra i quali spicca Wendy la bella moglie di Chuck che lavora “per il diavolo”, essendo la psicologa ufficiale della Axe Capital.

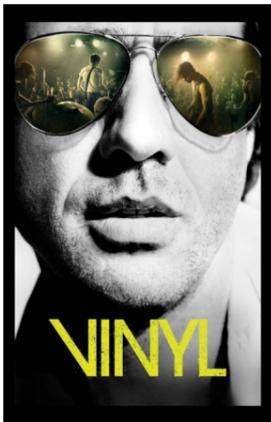
Billions è sicuramente fra le serie più interessanti di Sky Atlantic di questi ultimi tempi, sia per il modo in cui è stata girata, sia perché da un’infarinatura sulle tecniche dei mercati e, alcuni dei dialoghi, risultano veri e propri bigini di economia. Molto buono anche il product placement dove spicca sicuramente Bloomberg consultato sia dai computer sia dalla tv presente su ogni schermo della azienda di Bobby. Tutte le notizie buone o cattive che provocano svolte nelle vicende dei protagonisti sono riportate da loro, cosa che li porta ad essere loro stessi fondamentali per lo sviluppo narrativo. Delle 101 marche presenti merita anche una menzione speciale la splendida Maserati regalata a Wendy nell’ultima puntata proprio quando (ma questo amplifica l’operazione) tutto le sta crollando addosso. Per il resto il padre di Chuck, altro miliardario impenitente usa le TaylorMade e beve

Tallisker. Scelta eccellente! JMN

sky ATLANTIC HD

PolyGram

VINYL



☆☆☆☆ / PP ▲▲▲▲

VINYL BY POLYGRAM - STAGIONE 01

E' ufficiale l'addio di HBO a Richie Finestra e alla sua American Century Records. *Vinyl*, la serie tv creata da dei giganti di popolarità come Martin Scorsese, Mick Jagger e Terence "Soprano" Winter su di un'epoca fondamentale per gli Stati Uniti, gli anni '70, si rivela un mezzo flop e non supera la prima stagione. Perché? Questioni economiche, dissidi fra tanti pezzi grossi (Winter se ne era già andato)? Probabilmente entrambe le cose. Il pubblico americano non ha comunque risposto come ci si poteva aspettare davanti ad una serie sicuramente ben scritta e ancora meglio recitata ma debolina sotto il profilo spettacolare e mancante di tensione. L'ambiente delle case discografiche nel momento dell'esplosione "economica" del rock'n'roll e la vicenda delle difficoltà di Richie Finestra (Bobby Cannavale) e della sua etichetta in gravi difficoltà finanziarie evidentemente non ha interessato la platea. Vinyl è una serie piena di nostalgia per un periodo storico, che viene illustrato nonostante ciò impietosamente, con attenzione alla ricostruzione del "mood" del tempo e la presenza di una varietà enorme di sosia di reali rockstar (Reed, Wahrol, Bowie, i Ramones, Elvis Presley solo per citarne alcuni) per ricordare di che incredibile periodo stiamo parlando. Vinyl è una serie piena di nostalgia per un periodo storico, che viene illustrato nonostante ciò impietosamente, con attenzione alla ricostruzione del "mood" del tempo e la presenza di una varietà enorme di sosia di reali rockstar (Reed, Wahrol, Bowie, i Ramones, Elvis Presley solo per citarne alcuni) per ricordare di che incredibile periodo stiamo parlando. La scrittura non prevede azione o eclatanti colpi di scena ma si lascia andare tra un brano rock e l'altro a ricordi e avvenimenti di piccolo cabotaggio, il dietro le quinte del mondo scintillante del panorama musicale. Per apprezzarla bisogna lasciarsi andare a questa lunga ballata di dieci episodi in cui il protagonista cerca di salvare la propria compagnia, dopo aver rifiutato clamorosamente l'offerta della Polygram tedesca che avrebbe messo a posto le finanze, cercando il gruppo o i gruppi che con un successo importante potrebbero salvare

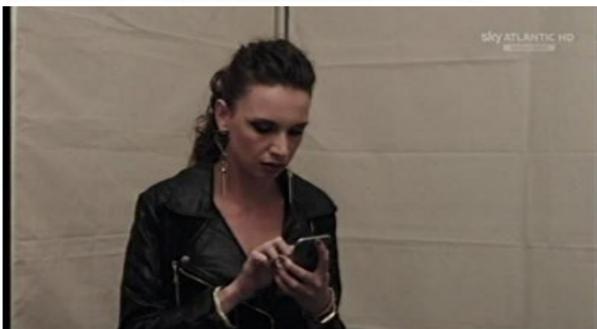
la baracca. Finestra investe tutta la sua vita su questo progetto rischiando di perdere moglie e amici e rischiando anche la galera o di essere eliminato dalla mafia. Infatti per cercare di salvarsi chiede l'aiuto di un boss e il legame con la mafia rischia di diventare decisamente pericoloso... Sex, drugs and rock'n'roll: Finestra è sposato con la bellissima Devon, ex-modella e musa di Andy Wahrol interpretata da una Olivia Wilde da sturbo; inoltre tra i coprotagonisti vi è anche la segretaria Jamie decisa a far carriera proponendo per la ACR un nuovo gruppo punk che sembra poterne rappresentare la salvezza. Jamie, interpretata da una spigliata Juno Temple, non si fa problemi ad avere rapporti sessuali con due componenti del gruppo, anche insieme... Drugs: ce n'è dappertutto, Jamie addirittura è la spacciatrice della compagnia tenendo un cassetto della propria scrivania sempre ben fornito. Finestra sniffa continuamente coca, il leader del gruppo da lanciare (interpretato dal figlio di Mick Jagger) rischia l'overdose prima del concerto decisivo, tutti fumano o sniffano. Rock'n'roll: la colonna sonora è incredibile per qualità e varietà. In ogni episodio decine di pezzi vengono riprodotti e il racconto è spesso interrotto da veri e propri gig musicali. Blues, Rythm and blues, Pop, Rock, Punk, Heavy metal. C'è di tutto e di più. Ciò che manca è ciò che invece è più apprezzato ora nelle serie televisive una vicenda violenta, fantastica o un mistero da risolvere. In realtà gli autori ci hanno pensando inserendo nella serie un omicidio che vede coinvolto lo stesso Richie, ma sembra un evento appiccicato al resto della trama senza troppi sviluppi e senza grande interesse per lo spettatore. Evidentemente la semplice descrizione di un'epoca e di un ambiente non bastano più. Vinyl poteva essere il Mad Men dell'ambiente discografico ma non è stato, purtroppo, così. Tantissime le brand d'epoca come TECHNICS, MEMOREX, FORD COUNTRY SEDAN, SCANDIA. Ma il product placement moderno è comunque ben presente con le solite MARLBORO e COCA COLA oltre a MERCEDES, LIMOUSINE, SONY. **SB**



sky MARIO HD



DOV'È MARIO?



DOV'È MARIO? NDO STA A MELA O' SAPEMO - STAGIONE 1



☆☆☆☆ / PP ▲▲▲▲

Mario Bamea è un noto intellettuale di sinistra che una notte, mentre sta rientrando dalla presentazione del suo ultimo libro ha un incidente per il quale finisce in coma.

Uscito dal coma sviluppa una personalità multipla che lo porta a non dormire mai e a trasformarsi, ogni volta che si addormenta in Fabrizio Capocetti, un comico triviale che si esibisce in teatrini di dubbio gusto.

Unica a conoscenza del malanno è la badante/infermiera Dragomira che va a riprenderlo ogni volta che sta facendo lo spettacolo diventando più famosa di lui.

Intanto però la sua popolarità aumenta anche grazie alla televisione e sia lui che la famiglia cercano di correre ai ripari, ma più si impegnano più Capocetti riesce ad avere il sopravvento rispetto a Bamea.

Miniserie comica in 4 puntate di Corrado Guzzanti prodotta da Sky che si ispira chiaramente al Dottor Jekyll e Mr Hyde, Dov'è Mario? è risuscita a coinvolgere una serie di personag-

gi insospettabili: Enrico Mentana, Marco Travaglio, Walter Veltroni, Michele Santoro, Giovanni Floris, Lili Gruber, solo per citarne alcuni.

Saverio Raimondo interpreta il vero Fabrizio Capocetti che, dopo che Bamea gli ha rubato il nome va giù di testa perché adesso lo chiamano Gnegno. Virginia Raffaele fa Marika una fantastica escort intellettuale e così via.

Fra il product placement c'è Apple. Tutti i computer e i dispositivi hanno la mela in bella vista. Poi ci sono quelli delle varie trasmissioni dove si presenta o che si occupano di lui come il TG La7. Veniamo anche a sapere che grazie agli sviluppi di questa vicenda anche Nanni Moretti ha firmato per la lavazza, ma il migliore è un product placement di programma completamente interno a Sky: "Lo vedi Masterchef? Non guardarlo è un format della massoneria atlantica." "No, master chef l'ho guardato." "E allora loro hanno visto te." Geniale! . **CG**





SKY UNO - HELL'S KITCHEN - 3° EDIZIONE

E' tornato dopo un anno di pausa la versione italiana di Hell's Kitchen condotta anche quest'anno da Carlo Cracco con il maitre Luca Cinacchi e dai due sous-chef Sybill Carbone (seconda nella prima edizione) e Mirko Ronzoni (vincitore della prima).

Come al solito tanti product placement, alcuni legati alla singola giornata, di solito i premi altri costanti ed inquadrati in determinate occasioni come le interviste o durante le prove.

Electrolux, Spumanti Ferrari, S.Pellegrino, Siggì fra i più visibili. Per la scheda completa [Dy's World](#)



SKY UNO - X FACTOR

Partito regolare come tutti gli anni il talent di Sky in onda su Sky Uno con repliche su TV 8. Quest'anno i giudici sono Arisa (Under donne) Fedex (Under uomini) Alvaro Soler (I gruppi) Manuel Angeli (over 25). Fra i placement del programma ha fatto, al momento la sua parte da protagonista il Gruppo Intesa San Paolo quando nella fase Home Visit Arisa ha deciso di fare l'ultima selezione con Patty Pravo sulla cima del grattacielo Intesa San Paolo a Torino cosa che ha fatto un favore anche alla Piemonte Film Comission che risulta fra i ringraziamenti. Per quanto riguarda gli altri sponsor lo schema al momento è il classico degli altri anni: la fila di macchine Peugeot, le Fonzies e gli altri nel backstage.



SKY CINEMA - IL CINE-MANIACO

Nelle ottime recensioni del cinemaniaco Gianni Canova parlando del film "La vita è facile ad occhi chiusi" cita il product placement culto della 850 verde



SKY UNO - ALESSANDRO BORGHESE 4 RISTORANTI

Nella stagione 2016 da non perdere due puntate culto (per le liti e le richieste assurde dei vari ristoratori) Milano Ecosostenibile (vincitore il Ghea) e veramente cult le 4 pizzerie di Napoli (vincitore pizza gourmet con premio dato in beneficenza) Da vedere



SKY ATLANTIC - WESTWORLD - DOVE TUTTO È POSSIBILE

Ha debuttato su Sky Atlantic, in contemporanea con l'America, la serie televisiva HBO ideata da Jonathan Nolan e Lisa Joy insieme a J.J Abrams e Bryan Burk (quindi già sulla carta un possibile cult), ispirata a Il mondo dei robot (westworld) del 1973 diretto da Michael Crichton alle prese con il suo primo parco per adulti prima di arrivare a Jurassic Park.

La storia parla di un parco di divertimenti per adulti dove è stato ricostruito il far west nei minimi particolari e dove i clienti possono interpretare chi vogliono e fare ciò che vogliono con gli abitanti che sono robot. Ma prima o poi, come nel film, i robot si ribelleranno. La serie comincia proprio da qui: dalle anomalie che si cominciano a vedere in alcuni robot che mettono gli scienziati e gli investitori davanti al problema se fermare tutto e fare un controllo globale o inventarsi qualcosa per tirare avanti il più possibile, ma già alla terza puntata troppe cose non tornano (bellissima la scena della robot di colore che si sveglia mentre la stanno operando e scappa con la pancia squarciata).

A differenza dell'originale (che ebbe anche un seguito Futureworld - 2000 anni nel futuro (1976) e una serie televisiva Alle soglie del futuro (1980) qui il parco ha solo il west (nell'originale c'erano anche la Roma antica e il Medioevo) e sono maggiormente analizzati i problemi del "sottosuolo" (dove ci sono i laboratori).

Al momento, a parte le armi, nessun placement all'orizzonte.



PREMIUM
CINEMA
PREMIUM
ACTION
PREMIUM
CRIME

MEDIA SET PREMIUM

FEAR

SOCIETY.

PREMIUM
CALCIO

JOI
mya

MR. ROBOT 6/24 USA

HEROES WITHOUT BRANDS

(The Legends of Tomorrow - Stagione 01)



2166 Vandal Savage pericolosissimo criminale del DC Comics Universe ha ormai conquistato il mondo.

Rip Hunter, famoso viaggiatore del tempo, nonostante il parere contrario dei guardiani del tempo torna nel 2016 per rapire e reclutare un gruppo di supereroi e supercriminali in grado di sconfiggere Savage ai suoi esordi e li trasporta nella norvegia del 1975 (in tv danno i ragazzi del sabato sera) all'università di Saint Roch (famoso brand fittizio del DC Universe) alla ricerca del professor Boardman, uno dei maggiori esperti di Vandal Savage per farsi aiutare nella caccia agli inizi della sua carriera.

Nel frattempo però i guardiani del tempo hanno invitato un cacciatore di taglie Chronos sulle tracce di Rip Hunter colpevole di aver disobbedito agli ordini ed aver rubato una nave temporale.

The Legend of Tomorrow fa parte dei progetti della DC Comics per contrastare lo strapotere della Marvel con il suo Marvel Cinematic Universe.

Al contrario del suo concorrente, però il DC Comics

Extended Universe sembra non aver ancor trovato una linea definitiva.

Spiazzato dalle mosse della Marvel proprio mentre era in corso il capolavoro assoluto (non solo della DC ma dei fumetti in generale), la trilogia del cavaliere oscuro di Christopher Nolan, l'universo DC è ripartito da L'uomo d'acciaio e, arrivato al terzo film, ancora non ha convinto del tutto.

Anche per quanto riguarda le serie televisive (se si esclude il cult Gotham sull'infanzia di Batman) si è partiti più deboli e completamente scollegati dalla serie di film, al punto che l'unico eroe che al momento è comparso in entrambi i filoni, Flash, è interpretato da due attori diversi: Grant Gustin in TV (The Flash, Arrow, Supergirl, The Legends of Tomorrow) e Ezra Miller al cinema (Batman vs Superman e Suicide Squad), cosa inconcepibile, almeno fino ad ora in casa Disney/Marvel.

Completamente assente il product placement (almeno nei primi episodi), dove viene addirittura levato lo stemma ad una BMW. [JMN](#)

PREMIUM
STORIES

MR. ROBOT



4 / PP

LINUX E MR. ROBOT

Elliott Anderson è un tecnico informatico che di giorno lavora come responsabile alla sicurezza informatica di un grande gruppo, di "notte" fa il vendicatore informatico.

Chiuso, autistico, depresso e drogato controlla tutto il controllabile delle persone che capitano sulla sua strada distruggendole ed impedendole di fare ulteriormente del male o consegnando alla polizia se coinvolte in casi più gravi come il pedofilo che viene assicurato alla giustizia quando, per la prima volta, veniamo a conoscenza del personaggio e delle sue potenzialità.

Una notte viene spedito nel caveau dove sono custoditi i server della società a causa di un potentissimo attacco hacker alla E Corp (Evil Corp, il più importante cliente della sua azienda) da parte di un fantomatico gruppo fsociety il cui core business è quello di liberare il mondo dai debiti e sconfiggere la famosa cricca di superpotenti che determina il destino del mondo.

Durante le operazioni di salvataggio trova un file della fsociety e la richiesta di non cancellarlo.

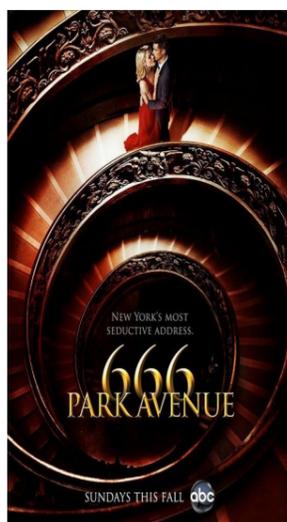
Stupito Elliott lo lascia e, mentre sta tornando indietro in metropolitana viene avvicinato da un tal Mr. Robot che dichiara di essere a capo del gruppo di hacker e lo convince a seguirlo nella sua base segreta.

Mr. Robot spiega che il suo scopo è quello di smantellare la E Corp che ha rovinato milioni di persone ed ha ucciso il padre di Elliott.

Elliott convinto riesce a manipolare le prove dell'attacco e a far arrestare il grande boss della E Corp. Cosa che lo porterà all'interno.

Fra i più interessanti telefilm dell'anno, Mr. Robot è stata la serie di punta di mediaset Premium ed ha visto al suo interno molte marche citate quasi tutte legate al mondo dell'informatica e dei social network (ce n'è anche per Steve Jobs).

Ma il migliore è quello del Luna Park di Coney Island che da quando ha riaperto i battenti nel 2010 è servito da set per più di una serie culto e che qui serve da base segreta della fsociety. [MRII](#)

PREMIUM
ACTIONALEXANDER
MCQUEEN666
PARK AVENUE

4 / PP

SACKS 666 - PARK AVENUE

Jane e Martin, due giovani fidanzati ambiziosi (lui vuole fare la carriera politica, lei architetto che vorrebbe apparire su AD - Architectural Digest) vanno ad abitare al Drake, un inquietante ed antico palazzo al 999 di Park Avenue a New York (no, non è un mio errore, è il gioco degli autori). Qui conoscono i proprietari Gavin e Olivia Doran, ricchissimi, potentissimi e maleficissimi, che subito li prendono sotto la loro ala protettrice dando a lei il ruolo di architetto restauratore del Drake e a lui una possibile carriera come sindaco di New York.

Le cose sembrerebbero mettersi al meglio, ma ben presto Jane comincia ad avere visioni e ad incontrare personaggi inquietanti: bambine fantasma, assassini che dovrebbero essere morti da 70 anni, sette segrete votate ai sacrifici umani, ex assassini del KGB, stomi d'uccelli murati fra le intercapedini, passaggi e scale a chiocciola segrete, in pratica roba da far impallidire l'Overlook Hotel. A questo bisogna aggiungere che tutti gli abitanti del Drake, almeno quei pochi approfonditi nella prima stagione visto che si presume che altri sarebbero arrivati nelle stagioni successive, hanno un segreto inconfessabile ed un

patto diabolico con il proprietario che li tiene in pugno e può fare quello che vuole visto che sembrerebbe essere l'emisario di Satana sulla terra.

E' inutile: quando gli americani sfornano delle serie horror o sfornano dei capolavori inattaccabili, vedi [The Walking Dead](#) o [American Horror Story](#), o delle porcherie lente pallosissime che chiudono dopo neanche una stagione lasciando il poco fedele pubblico a cercare di capire dove si voleva andare a parare e come sarebbe finito se... come nel caso di [The Gates](#). Ecco 666 Park Avenue appartiene a questa seconda categoria; troppo lento, poco capibile e, in alcune occasioni, con storie teoricamente inutili, come per la storia d'amore fra scrittore, fotografa, dottore e modella che viene chiusa in modo frettoloso come tutto il resto della vicenda nelle ultime puntate, senza avere un reale senso logico. Unica cosa azzeccata il product placement con Olivia che, visto la sua potenza economica, usa abusa e regala tutto quello che di più caro può trovare. Si ubriaca di Bollinger, regala vestiti Alexander McQueen e gioielli Judith Ripka, tutte cose che alla moglie del padrone del mondo non possono certo mancare. [MRII](#)



FOX
FOX CRIME
FOX life

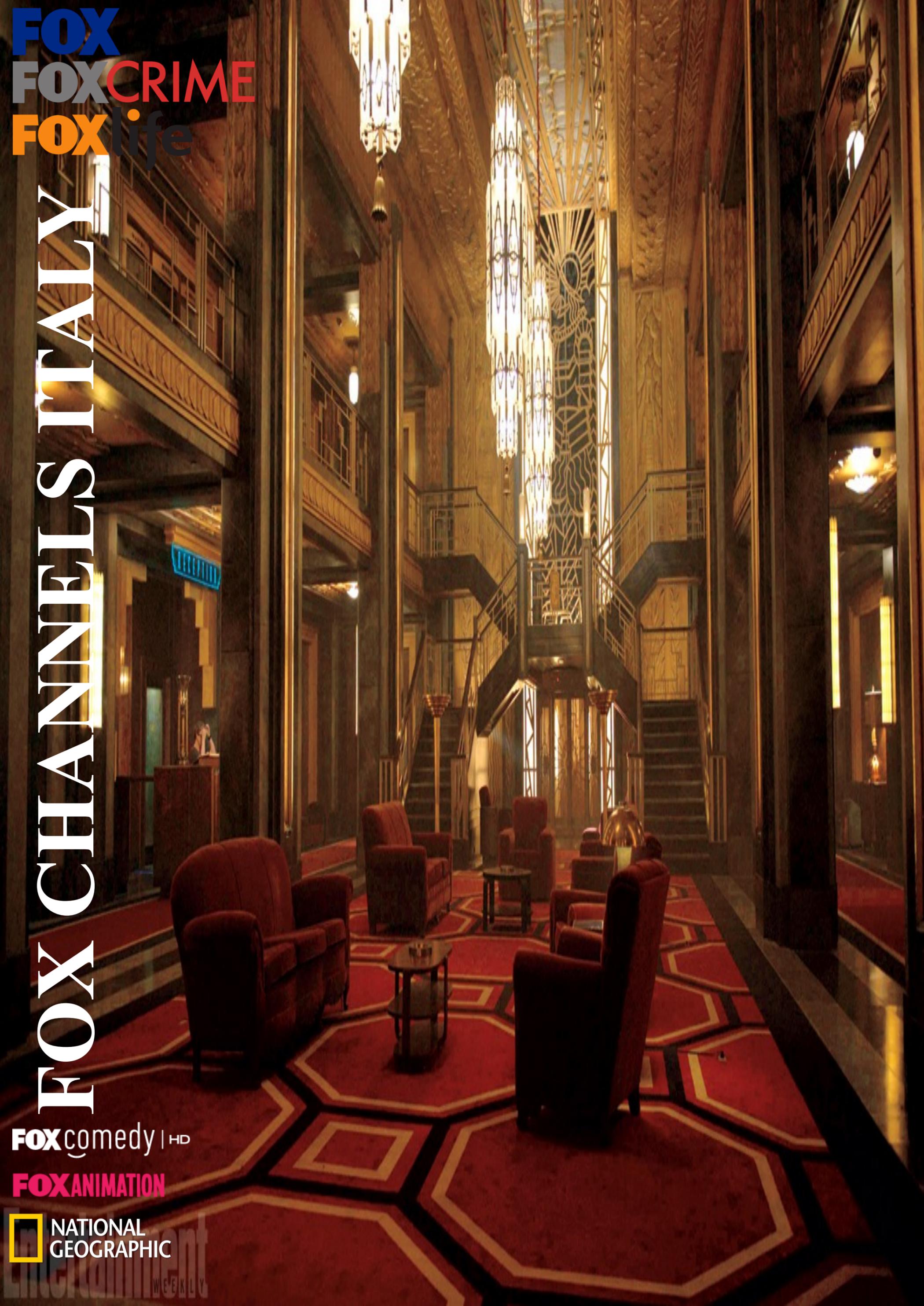
FOX CHANNELS IT ALL

FOX comedy | HD

FOX ANIMATION

NATIONAL GEOGRAPHIC

Entertainment WEEKLY



FOX



WELCOME TO THE HOTEL CALIFORNIA

(American Horror Story Stagione 05)



AMERICAN HORROR STORY

Dopo la casa degli omicidi a Los Angeles, il manicomio demoniaco del New Jersey, il covo delle streghe a New Orleans e il circo in Florida, la serie di culto degli anni '10 ritorna a Los Angeles per narrare le vicende di un hotel simil Overlook dove risiedono vampiri, fantasmi e serial killer.

La storia è "abbastanza semplice" il detective John Love, in crisi con se stesso e con la moglie per la perdita di un figlio, nel corso delle indagini sul serial killer dei 10 comandamenti arriva al Cortez, hotel di proprietà di una strana contessa e gestito da Iris, l'addetta alla reception e da Liz Taylor una colta transessuale che passa le giornate leggendo romanzi leggeri come L'Ulisse di Joyce. Qui rimane stregato, affascinato e legato al posto, soprattutto quando scopre che il figlio che era scomparso abita lì sotto l'ala della contessa e quando anche la moglie, la dottoressa Alex Lowe decide di trasferirsi lì (e non vi diciamo a che condizioni).

Chi conosce la serie sa che non si può ridurre tutto a questo e che gli autori Brad Falchuk e Ryan Murphy sono dei geni nel mischiare generi cinematografici, periodi storici, leggende metropolitane, avvenimenti reali, collegamenti con le altre stagioni e tutto quanto fa cultura classica e pop.

Solo per fare qualche esempio, visto che il nostro core business è il product placement, altro fattore sul quale i due non hanno mai deluso, ci limitiamo a piccole indicazioni lasciando purtroppo ad altri il piacere di un'analisi approfondita.

COLLEGAMENTI REALI: Tanti, a cominciare dal Cortez, che, così come era realmente esistita la casa delle torture della LaLaurie in Royal Street a New Orleans, è esistito l'hotel con le trappole mortali il: "Murder Castle" costruito da Henry Howard Holmes, uno dei più prolifici serial killer americani con all'attivo 200 omicidi presunti, a cui si ispira il personaggio di James Patrick March, con la differenza che l'H.H.Holmes Hotel stava a Chicago, il Cortez a LA. Realmente esistiti anche tutti i serial killer invitati alla cena dell'annuale notte del diavolo: Dahmer Jeffrey Lionel meglio noto come il cannibale di Millwakee, Gacy John Wayne (già in Freak Show) Ramirez Richard, Wuornos Aileen e Zodiac (presumibilmente morto ma ignoto) Reali sono stati fra gli altri gli attori e registi citati a partire da Friedrich Wilhelm Murnau, Rodolfo Valentino, Natacha Rambova e Pola Negri, così come è vera la storia della dama velata di nero che tornava ogni notte sulla tomba di Valentino.

COLLEGAMENTI AHS: Con Hotel tutte le stagioni si collegano, anche se come collegamenti di primo grado rimangono Coven, con l'arrivo di

passaggio all'hotel per partecipare a The Price is Right (Ok il prezzo è giusto) e la prima sia per alcuni avvenimenti relativi alla contessa che era passata nella casa degli omicidi che per la povera Marcy, la dipendente dell'agenzia immobiliare, che dopo essere riuscita a vendere la casa stregata maledetta, qui si trova a dover vendere anche l'hotel, cosa che gli riuscirà decisamente meno bene.

PRODUCT PLACEMENT: Tanto e decisamente integrato sia in termini di storia che di target. Anche in questo caso ci sarebbe da scrivere un saggio sull'evoluzione del placement nelle varie stagioni e del suo utilizzo estremo ma efficace, anche se qui ci limiteremo ai casi più interessanti. Innanzitutto se avete problemi di vampirismo non potete non dotarvi di una Dialysis Machine Gambro così come della lavatrice Speed Queen per cancellare ogni macchia dei vostri omicidi. I water Toto Neorest 700H vengono messi nelle stanze durante la ristrutturazione per renderle esclusive.

Belle e estreme le citazioni (fra le quali Charlie Hebdo) come quella di un eccitato James Patrick March morto negli anni trenta e poco avvezzo alla tecnologia "Mi hai Googolato? Sembra osceno" di Natacha Rambova vampira risorta "Non puoi capire come è cambiata Beverly Hills: negozi, negozi, negozi. Ne ho trovata uno con anche il tuo nome: Valentino" di Claudia Benkson (Naomi Campbell) modella massacrata "E' l'inferno questo? No se l'inferno sarei io a indossare quella orrenda imitazione di Zara che stai indossando" fino alla più difficile fra James Patrick March e Hypodermic Sally, la bella e triste drug addicted "Per favore: tu che dici di non uccidere è come vedere il Colonnello Sanders dire di non mangiare pollo". Geniale. Per quanto riguarda chi sia il colonnello Sanders lasciamo a voi il piacere di scoprirlo.

Infine la campagna per la vaccinazione che sta interessando più film e telefilm, dopo il dietrofront di Hollywood. Alex fa la sua apparizione mentre sta andando a curare Max, un bambino che non avendo fatto la vaccinazione per colpa dei genitori sta morendo. Dopo aver rimproverato la madre, Alex, lo fa ricoverare ma Max muore. Fortunatamente Alex è appena stata trasformata in vampira e, non essendo ancora cosciente delle conseguenze lo vampirizza prima di morire. Una volta guarito Max trasforma i compagni che fanno strage a scuola, uccidono i genitori e seminano una scia di morte finché Alex, spinta dalla contessa, non metterà fine rinchiudendoli nei passaggi segreti dell'hotel Cortez per essere sterminati da Ramona Royale a sua volta prigioniera. Il gioco è fatto il messaggio progresso viene servito ad un target che difficilmente avrebbe scelto un film sul tema, esattamente come se lo aspetta. Integrato ed intrigante come dovrebbe essere. GC

FOX

AGENTS OF
S.H.I.E.L.D.

👤👤👤👤 / PP 📺📺

AGENTS OF S.H.I.E.L.D. GHOST RIDER

È finalmente arrivata la 4° stagione di Agents of S.H.I.E.L.D. e si porta dietro una bella sorpresa: l'arrivo di Ghost Rider che entra così di diritto nei personaggi ormai attivati del Marvel Cinematic Universe.

Dopo gli accordi di Sokovia che hanno caratterizzato gli avvenimenti di Captain America: Civil War, lo SHIELD viene di nuovo legittimato anche se con il nuovo direttore le cose sono cambiate drasticamente e Coulson e Mack devono cercare di aiutare Daisy che dopo aver lasciato l'organizzazione è diventata una vigilante con il nome di Quake e, quindi, per il nuovo capo, una fuggitiva.

Una sera, sulle tracce della Fratellanza ariana assiste all'omicidio di alcuni membri da parte di Ghost Rider arrivato all'improvviso a bordo della sua fiammeggiante Dodge Charger del 1969.

Daisy si mette quindi sulle sue tracce e lo affronta

scoprendo che dietro il demone infuocato c'è il meccanico Robbie Reyes e che uccide solo quelli che hanno un animo malvagio.

Per chi non lo conoscesse Ghost Rider, conosciuto anche come spirito della vendetta, nasce nel 1972 quando l'entità demoniaca Zarathos che si impossessa del motociclista Johnny Blaze diventando lo spirito della vendetta. Dal fumetto erano già stati tratti due film con Nicholas Cage.

Con la rivoluzione Marvel Now! Lo spirito della vendetta si rinnova impossessandosi del corpo di un messicano-americano Robbie Reyes che viene ucciso da una banda mentre sta partecipando ad una corsa per aiutare il fratello costretto a stare sulla sedia a rotelle.

Questa è la sua prima apparizione sullo schermo e il grande cambio del placement che dalla Triumph Bonneville passa alla Ford Dodge. Altro placement i soliti Apple e Lexus. [MRII](#)



FOX



SHELBY



AMERICAN HORROR STORY 6 - ROANOKE



👤👤👤👤 / PP 📺📺

Si comincia da Shelby, la vera Shelby, (la bella Lily Rabe, una delle poche ad aver affrontato tutti gli orrori americani: prima proprietaria e fantasma in [Murder House](#), Suor Mary Eunice al [manicomio](#) e al [circo](#), la strega capace di resuscitare i morti nel [covo](#) di New Orleans e la vera serial killer Aileen Wuornos nell'[hotel](#) di Los Angeles) che racconta la sua vera storia in uno di quei programmi che vanno per la maggiore su canali come Crime Investigation dove i racconti vengono interrotti da ricostruzioni degli avvenimenti con attori.

Rivediamo così le sue terrificanti vicende ricostruite con la finta Shelby (l'attrice Sarah Paulson, anche lei un'altra veterana della serie) che con il marito Matt (Cuba Gooding Jr., quello vero è interpretato da André Holland) e la cognata poliziotto (Angela Basset attrice e quello vero interpretata da Adina Porter).

Attraverso le loro ricostruzioni veniamo a sapere che dopo aver perso il figlio che stava per nascere a causa di un'aggressione da parte di una gang di Los Angeles, la famiglia Miller si trasferisce nel North Carolina dove compra e ristruttura una enorme casa sperduta nel bosco.

I fatti strani non tardano però ad arrivare e così si cominciano a sentire rumori strani nella notte, trovare animali morti di fronte a casa, vedere gente che si aggira per casa e assistere a piogge di denti.

Il marito preoccupato di dover sempre lasciar da sola la moglie per lavoro e convinto che tutto sia dovuto a degli strani vicini un po' rozzi (chieda agli ZZ Top dice allo sceriffo, e chi conosce il mitico complesso rock texano capisce cosa vuol dire) si limita ad installare telecamere collegate con il suo cellulare e ad ospitare in casa la sorella, una ex poliziotto sospesa per problemi di droga.

I rapporti fra le due donne non vanno per la maggiore, intanto però fuori e dentro la casa cominciano ad aggirarsi strane presenze.

Inquietante quanto basta, il primo episodio, che ricorda vagamente capolavori dell'horror come Shining o Amintyville, si svolge a Roanoke, un posto dove nel 1590 scomparve un'intera comunità di coloni. Un caso aperto ancora adesso. Unico placement al momento le poche auto.





FOX - HUNDRED TO GO

È partita su Fox una miniserie di fantascienza ambientata nel 2016 dove ognuno ha a disposizione un clone e non ci sono più sentimenti. Una sorta di brand content fatto in collaborazione di BMW che aspettiamo a criticare dopo aver visto tutte e 5 le puntate, visto che abbiamo avuto occasione di vedere capolavori fatti dalla Bayerische Motoren Werke come la serie The Hire e in prodotti non troppo riusciti come [Late Shit](#) la cui recensione la potete leggere in questo numero.



FOXLIFE - 4 MATRIMONI IN ITALIA

4 matrimoni in Italia è il classico programma dove il placement diventa di ogni tipo e diverso a seconda della puntata.

Ovvio ognuno ha il suo ristorante, la sua auto, i suoi vestiti etc.

Poi c'è Hotelplan ma il top si raggiunge con certe scelte più o meno volontarie.

Nella prima puntata della seconda stagione con Jessica, Tessa, Iaia si ha pure chi vuole sposarsi con le converse bianche.

Non male anche perché ricorda [Scusa ma ti voglio sposare](#)



NATIONAL GEOGRAPHIC - STUPIDI AL QUADRATO

Per spiegare l'attrito for Dummies, splendida esibizione di una sega circolare Makita.

Un classico il posizionamento del marchio per tutti i vari bislacchi esperimenti



NATGEO PEOPLE - EAT STREET

Nel programma di Nat Geo People uno dei furgoni più intriganti della stagione è stato sicuramente il Chomp Chomp Nation che fornisce piatti tipici della cucina di Singapore come lo Spicy Soft Shell Chili Crab Burger. Peccato giri solo in California.



FOXLIFE - CI PENSA MAINARDI

Andrea Mainardi uno dei cuochi star della TV italiana è entrato nella scuderia di Sky - Fox (pur rimanendo ancora legato alle ricette "rock" nella cucina di Antonella Clerici che ha commentato con battutina "Ti ha fatto bene avere programmi su altre reti" al suo rientro con la nuova stagione de La prova del cuoco)

Il format è semplice: vuoi preparare una ricetta spettacolare per qualcuno di speciale e ai fornelli sei una capra?

Niente di più semplice che chiamare Mainardi che con il suo trolley completo di tutto arriva a casa tua e ti prepara uno dei suoi pranzetti spiegando tutti i segreti della sua cucina.

Il tutto sotto l'occhio vigile dei Rotoloni Regina sponsor storico anche dalla Clerici



Hotelplan



 **Discovery**
CHANNEL

 **travel & living**

 **SCI** **discovery science**

 **UNDUETRE.COM**

ANIMAL PLANET

DISCOVERY

BOOM!

discovery real time

DMAX

NOVE

GIALLO

Focus



MaxMara



👤 / PP 📺

MA COME TI VESTI?

È arrivata su Real Time la decima stagione di Ma come ti vesti, una delle cose più camp dell'italica televisione.

Lo schema è abbastanza semplice Enzo Miccio e Carla Gozzi vengono contattati dal "fetente di turno" che accusa la sua migliore amica/ragazza/moglie/dipendente/confidente/qualcosa di vestirsi come una barbona e quindi partono in missione per salvarla.

Dopo essersi mimetizzati in maniera egregia come avventori in qualche locale frequentato dalla vittima/come clienti del supermercato biologico/ turisti americani a Castel Sant'Angelo o, meglio ancora come nella puntata del 25 ottobre, fingendosi statue nel museo delle cere, la "rapiscono" portano nel loro atelier per darle dei preziosi consigli mentre si sbarazzano dei vecchi vestiti.

A questo punto, fornita di carta di credito, la mandano a far shopping seguita dalle telecamere commentando impietosamente tutte le sue scelte.

Alla fine i due decidono di correre ai ripari e portarla nei negozi giusti.

Finalmente la ragazza può tornare in società dove l'aspettano parenti e amici per festeggiare il cambiamento.

Format che si presta a numerosi piazzamenti dalle auto (nella sesta edizione giravano con una Lancia Y), allo spumante che loro bevono alla fine per festeggiare ma è unbranded, fino ai numerosi negozi girati per lo shopping di cui però solo alcune volte si riesce ad identificare il brand.

E pensare che dai titoli di coda solo per Miccio si utilizzano abiti Alto Milano, Canepa, Francesco Benigno, Gallo, Gi Capri, Gierre Milano, Gios Brun, La Corona, Loriblu, Lublam, Mario Bremer Firenze, Nicky, Ottaviani, Quarta, Raparo, Sartoria Vergallo. [MR11](#)



AFFARI A 4 RUOTE

Per la dodicesima stagione di Affari a 4 ruote Mike Brewer trova da un collezionista un mito una vecchia Volkswagen 181 Thing e decide di acquistarla per 5.104 sterline.

Dopo il restauro di Edd (Edd China, ingegnere suo socio di affari) che gli costa altri 3.000 riesce finalmente a venderla per 10.352

Fra le puntate cult di Wheeler Dealers andate in onda in UK nel 2015 e trasmesse da noi quest'anno da Discovery e DMAX



TOP CARS

Per festeggiare il 100° compleanno della Aston Martin, Rory Reid ha presentato una puntata interamente dedicata alla Aston Martin e in particolare al modello mitico guidato da James Bond/Sean Connery la Aston Martin DB5.



Prenderemo spunto da questo per un prossimo speciale dei dossier Dy's Chronicles dedicato ai film di James Bond, non appena finiremo lo speciale a puntate dedicato al product placement del gruppo Volkswagen che cominciamo da questo numero con lo speciale sulle moto Ducati.





VIAACOMI



VH1



FEAR THE WALKING DEAD



PRE-WALKING DEAD

(Fear the Walking Dead Stagione 01)



FEAR THE WALKING DEAD

Nick Clark è un tossicodipendente che un giorno si risveglia in una chiesa abbandonata alla periferia di Los Angeles. Cercando la sua ragazza la ritrova mentre sta mangiando un altro tossico e si accorge subito che forse è meglio non farsi raggiungere.

Mentre sta scappando viene investito e portato in ospedale.

Nel frattempo la madre di Nick che lavora in una scuola va a trovarlo ma prima scopre che uno dei suoi alunni ha in tasca un coltello perché dice che deve difendersi da strani mostri.

È solo l'inizio: di lì a poco cominceranno a succedere altri fenomeni strani e poco per volta ci si renderà conto che l'invasione degli zombi è cominciata.

Una volta tornati a casa, dopo varie vicissitudini, i Clark ci impiegano ancora un bel po' prima di capire cosa realmente sta succedendo, soprattutto il padre che crede che gli zombie possano essere curati.

Non sono però gli unici che sottovalutano il fenomeno e, forse, anche per questo l'epidemia non tarda a diffondersi, finché non interviene l'esercito che

Crea una zona sicura dove la gente può vivere indisturbata mentre loro cercano di ripulire l'intera città.

Ma anche con i militari le cose non tornano sia per il loro comportamento durante le ronde sia durante il ritiro che lascia di nuovo il disordine in città.

Non diremo niente per non spoilerare ma solo che la prima stagione finisce con l'epidemia ormai conclamata e la famiglia Clark in viaggio su uno yacht.

Fear the Walking Dead è il primo spin-off del più grosso fenomeno mondiale che ha coinvolto i morti viventi.

Come per l'originale [dopo una partenza fiacca](#) la storia comincia a decollare e a dare i suoi frutti al punto che è già prevista una terza stagione.

In Italia è servito soprattutto per far partire il canale Paramount, dopo le disavventure di Horror Channel che, teoricamente, ne aveva i diritti, anche se purtroppo la mossa successiva di portarla su MTV per il suo passaggio a sky, non è stata delle più esaltanti.

Fra i placement della prima stagione rimane interessante quello di una Honda Accord alle prese con gli



MARVEL



DISNEY / A&E



HISTORY

Entertainment WEEKLY

GUARDIANS OF THE GALAXY



MARVEL



© Disney



SPIDERMAN & CO.

(Ultimate Spiderman Stagione 01)



Da quando la Marvel è passata alla Disney anche i cartoni dei supereroi hanno preso una piega diversa a cominciare da Ultimate Spiderman, trasmesso in Italia su Disney XD, dove c'è già la seconda stagione, e da Raidue, che, nella migliore tradizione della programmazione dei telefilm di Raidue, sotto Natale si è persa la puntata 9 passando direttamente dall'ottava alla decima e dimenticandosi, ovviamente di recuperarla in corso d'opera.

La trama di Ultimate Spiderman è quella del reclutamento di Spiderman da parte dello S.H.I.E.L.D. e del suo addestramento, da parte di Nick Fury, dell'agente Coulson, che è anche il preside della scuola dove studia, ed alternativamente, dai componenti ormai addestrati degli Avengers come Thor, Capitan America, Iron Man e Hulk.

A fargli compagnia quattro nuove reclute con cui deve fare squadra: White Tiger (Ava Ayala), Power Man, Iron Fist e Nova.

In questa maturità parallela con quella scolastica, i cinque affronteranno tutti i vecchi nemici (Dr Octopus, Sandman, Goblin, Venom) e dovranno

anche vedersela con alcuni seminuovi (la squadra distruttrice), combineranno disastri, ma alla fine riusciranno sempre a cavarsela e ad affiarsi sempre di più.

Il bello della serie è che mixa perfettamente lo stile classico dei supereroi con quello dei cartoni animati di nuova generazione come i Griffin, con i continui flash sulle situazioni paradossali o come i Baby Looney Toons, con la visione dei supereroi da bambini. Molte le citazioni e i riferimenti ad film: da James Bond ai Simpson dove viene ripreso addirittura Spiderpork: citazione della citazione.

Per quanto riguarda il product placement, a parte l'ovvio franchise di The Avengers, ormai importantissimo da reclamizzare in tutte le salse, pochi sono quelli registrabili: playstation, Nasdaq e alcune rivisitazioni dei programmi televisivi come Ok il prezzo è giusto, ancora fortissimo in alcune nazioni americane come la Louisiana dove viene trasmesso la mattina, con il titolo che da The Price is Right si trasforma in The Web is Right, assolutamente 10 e lode.

SONY PICTURES HOME ENT

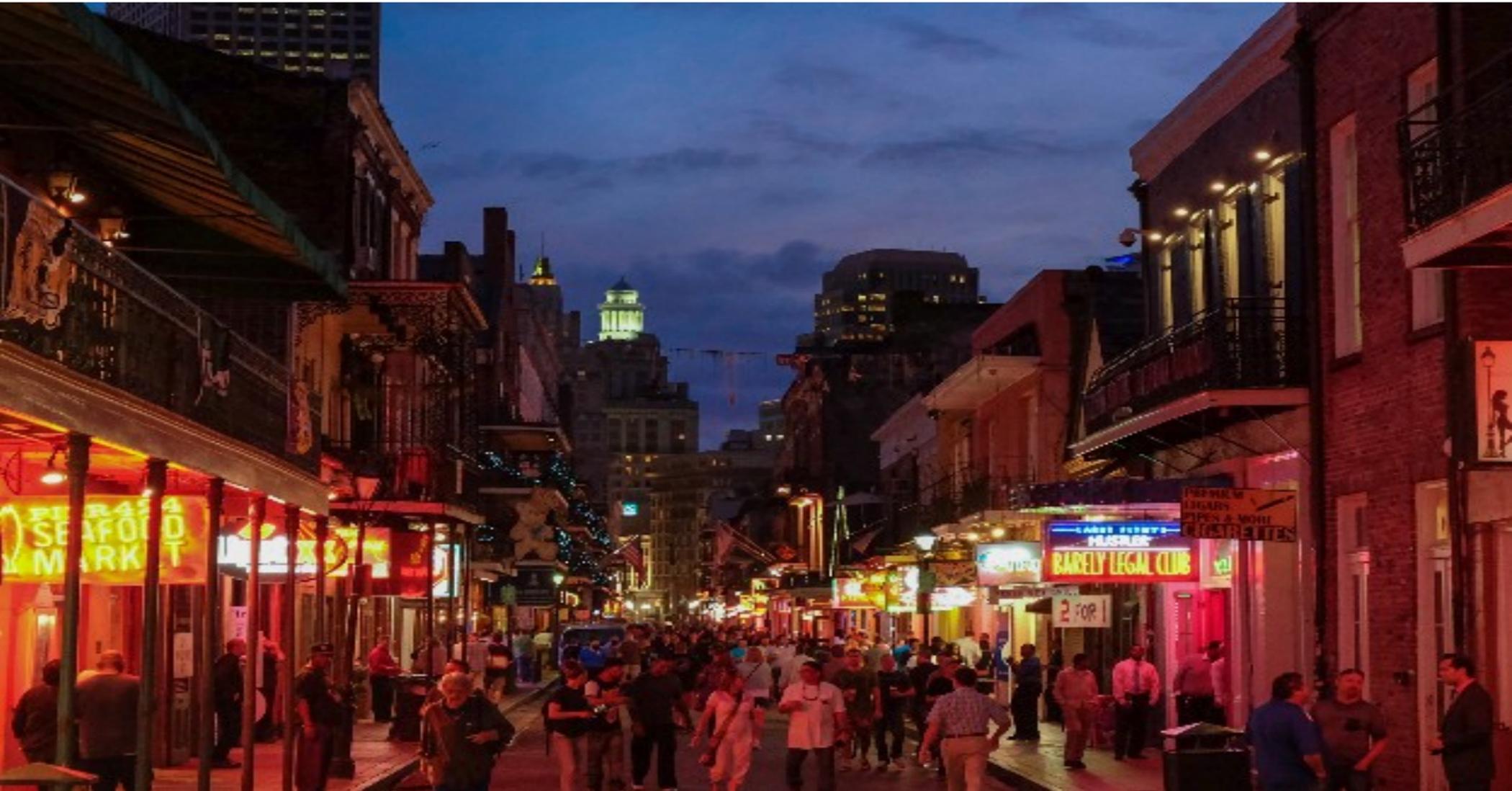
NCIS:
NEW ORLEANS





MOON OVER BOURBON STREET

(NCIS NEW ORLEANS Stagione 01)



Dopo il successo indiscusso NCIS sulla concorrente CSI e dopo il primo spin-off Los Angeles, il secondo spin-off della Naval Criminal Investigative Service si svolge a NOLA.

Nel corso dell'undicesima stagione di NCIS (che a sua volta era lo spin-off di JAG - Avvocati in divisa) Gibbs, per indagare sull'omicidio di uno dei suoi mentori si spinge fino alla città del voodoo e del diavolo (anche se il titolo del doppio episodio è "La città della mezzaluna) dove al 723 di St Ann St (se conoscete il French Quarter) ha la sua sede segreta l'unità di New Orleans guidata dal Dwayne Cassius Pride e che comprende l'agente speciale Christopher LaSalle, la nuova arrivata Meredith Brody, il tecnico di laboratorio Sebastian Lund e il medico legale Loretta Wade.

La squadra, un po' più sbragata delle altre, ma visto la location ci sta, è costratta ad affrontare tutti i casi che coinvolgono la marina avvenuti in Louisiana, alcune delle quali coinvolgono anche le altre squadre come quando in Carrier (ep 2) Anthony di Nozzo

che era già sfuggito alla peste nella serie originale viene inviato a dar manforte sul caso di un terrorista che vuole diffondere il virus in America.

Interessante promozione della città, anche se non tutte le location sono originali French Quarter e New Orleans non ha certo bisogno di pubblicità visto che gran parte delle serie e dei film vengono girati lì, ma grande mezzo per pubblicizzare realtà locali.

La Salle e Brody sono in fondo dei viveur e conoscono i vari piatti e le varie specialità dei ristoranti o dei locali coinvolti nelle loro vicende come quando i proprietari del Galatoire's, famoso ristorante su Bourbon Street, oltre ai video di sorveglianza inviano agli agenti un piatto di ostriche o per il Commander's Palace dove si svolge una festa di Halloween con morto.

Un cadavere viene trovato anche all'interno del The National WWII Museum che contiene svariati mezzi della seconda guerra mondiale ma il vero product placement locale è quello delle birre: la Abita e la LA-31, famosissime da quelle parti.

NETFLIX

NETFLIX

NETFLIX



MARVEL

DAREDEVIL

NETFLIX



sense 8

UN DIVERSIVO? BRUCIAMO LA PORSCHE

(Sense8 Stagione 01)



Tutto comincia in una chiesa abbandonata di Chicago quando una donna inseguita da un gruppo di uomini si suicida. Alla scena assistono Riley Blue (Tuppence Middleton), una dj islandese che vive a Londra, e Will Gorski (Brian J. Smith) un poliziotto di Chicago. Il problema è che nessuno dei due era lì. La donna era Angelica Turing (Daryl Hannah) membro di un vecchio gruppo di senzienti che con il suo gesto ha attivato la connessione psichica fra i membri di un nuovo gruppo di cui fanno parte Riley e Will.

Il gruppo è formato da 8 persone, quattro maschi e quattro femmine, sparsi per il mondo collegati psichicamente e in grado di vedersi e di scambiarsi i relativi “superpoteri” per uscire da qualunque tipo di situazione. Cosa fondamentale considerato che ognuno di loro sta passando un periodo non roseo.

In realtà, a parte la capacità di connessione, nessuno ha veri superpoteri, ma competenze specifiche che se unite in un'unica entità, darebbe del filo da torcere a un qualunque James Bond.

Insieme alle capacità anche il placement è fondamentale per loro e per le loro connessioni.

Riley la dj di Londra ha problemi con degli spacciatori di droga e grazie al suo ipod si ha il primo contatto totale fra la squadra grazie al brano What's Up dei 4 Non Blondes.

Sun Bak (Donna Bae) manager di Seul costretta ad

assumersi le colpe del padre ed esperta in arti marziali. Product placement preferito BlackBerry.

Capheus (Ami Ameen) guida un matatu a Nairobi fra le bande armate, cosa che lo rende esperto guidatore anche con la Smart a cui riesce a far fare una rotazione di 360 gradi per le vie di San Francisco mentre è inseguito dalla polizia.

Kala Dandekar (Tina Desai) di Mumbai disperata per matrimonio combinato ma laureata in chimica farmaceutica capace di creare bombe con i detersivi e salvare vite.

Wolfgang Bogdanow (Max Riemelt) scassinatore di Berlino esperto ad affrontare situazioni estreme.

Lilo Rodriguez (Miguel Angel Silvestre) attore di Città del Messico che rischia che la sua carriera sia rovinata da un ricattatore che vorrebbe svelare la sua omosessualità

Infine Nomi Marks (Jamie Clayton) hacker transessuale che la madre vorrebbe far operare al cervello che utilizza computer Apple per entrare ovunque.

La serie prosegue altalenante fra scene cult e momenti di stanca mentre uno strano personaggio che ha gli stessi poteri telepatici cerca di catturarli per ucciderli o sezionarli.

Proprio qui avviene uno dei placement più interessanti: per distrarre le guardie della base segreta del cattivo si fa andare in fumo una Porsche 911 turbo noleggiata da AVIS grazie alla hacker che ha clonato la carta di credito di uno dei cattivi.

Si aspetta la seconda stagione per sviluppi. **POC**

Vai alla scheda completa in **DR's World**

NETFLIX

JAMESON



JESSICA JONES



JESSICA JAMESON JONES - STAGIONE 01



👤👤👤 / PP 📌📌📌

New York. Nello studio dell'agenzia investigativa Alias si sta svolgendo una furibonda lite. Un uomo non è riuscito a sopportare il tradimento della moglie fotografato dalla detective. L'uomo da in escandescenza e finisce contro la porta di ingresso sfondandone il vetro.

Comincia così sia la serie cult di Netflix che Alias #1 del novembre del 2001, la prima apparizione di Jessica Jones.

Jessica Campbell Jones (non ancora Cage) è un supereroe che si è in qualche modo ritirato dalle scene.

Dopo un breve periodo in cui si faceva chiamare Jewel, poi Kightress, poi Power Woman, abbandona il passato di collega degli Avengers a causa di un di un incontro traumatico con l'Uomo Porpora, decidendo di fare la comune mortale anche se i suoi poteri le serviranno e non poco per il lavoro da detective.

Fra una causa più o meno interessante, una ex-capo lesbica coinvolta in un violento divorzio, un amico tossicodipendente da accudire, un'amica da salvare e un paio di altri nerds, la sua vita prosegue quasi tranquilla finché non viene ingaggiata

da una coppia di coniugi che stanno cercando la figlia rapita. Il caso non è così semplice come sembra in quanto la giovane è stata rapita da Kilgrave (l'Uomo Porpora) che le fa uccidere i genitori proprio per mandare a Jessica un messaggio.

La prima stagione ha come filo conduttore la lotta di Jessica contro il suo stalker, Kilgrave, un uomo in grado di condizionare le menti e a far fare ogni cosa a chiunque.

Kilgrave lascia dietro di sé una scia di morti solo per riconquistarla e così lei dovrà ricorrere ad alcuni amici per cercare di neutralizzarlo. Fra questi Luke Cage altro supereroe indistruttibile con passato complicato che gira su Harley Davidson, e Claire Temple, l'infermiera già buona samaritana per Daredevil (altra serie cult di Netflix) che fa così da collegamento fra tutti gli eroi Netflix/Marvel, visto che ha incontrato anche the Punisher, che presto convergeranno nei Defenders all'interno del Marvel Cinematic Universe. Molto il product placement fra cui Acer computer usato e Google per le ricerche fondamentali, poi Ajax, ma sono gli alcolici che lei beve a farla da padrone: uno su tutti Jameson complice anche della storia d'amore fra lei e Luke. Essenziale. GC



NETFLIX

Eggo

STRANGER THINGS



STRANGER THINGS & BRANDS - STAGIONE 01



👤👤👤 / PP 📌📌📌

Su Netflix arriva anche in Italia la serie prodotta dall'internet network americano, *Stranger Things*. Si tratta di una serie horror che pesca da vari classici dell'immaginario fantascientifico di stampo orrorifico sia letterario che cinematografico (Lovecraft, King, Spielberg, X-files, Dante...) per mettere insieme una miniserie di 8 episodi che tiene bene su questa media distanza.

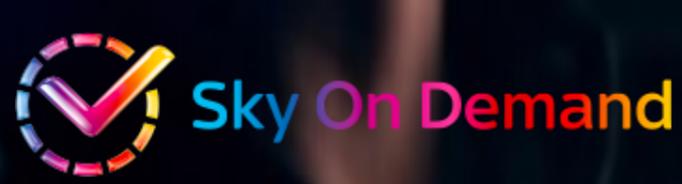
Si inizia con la misteriosa sparizione di Will, un ragazzino appassionato di giochi di ruolo fantasy, che poi verrà ritrovato morto ma si scoprirà che il cadavere non è il vero Will. Allora che fine ha fatto il ragazzino? La mamma (Winona Ryder) è ancora sicura che il figlio non sia morto anche perché in casa ne sente la voce e assiste a strani fenomeni di fronte ai quali riesce a portare dalla sua parte anche un poliziotto locale. Alla morte di Will non credono neppure gli amici di gioco, tre ragazzini a cui si aggiunge una quarta bambina dal passato complicato e con superpoteri (sposta cose, fa scoppiare gli occhi e tante altre cosette solo con il potere della mente...). Infine alla ricerca (che non si limiterà al nostro mondo ma che finirà in un altro oscuro e parallelo al nostro) partecipano anche il fratello maggiore di Will che farà squadra con la sorella maggiore di uno degli amici dello scomparso.

Nella trama poi si inseriranno strani personaggi dediti ad esperimenti loschi comandati da un truce (per quel che riesce ad essere truce...) Matthew Modine e varie mostruose creature che, con non molta fantasia, assomigliano assai ai vampiri di *The Strain*.

La serie senza clamorose impennate scorre via bella dark, misteriosa e intrigante anche se non riesce mai a sorprenderci veramente. Un buon omaggio ai classici di genere con personaggi che si fanno voler bene.

Un horror per famiglie. Sicuramente la serie ha una sua brand che domina il product placement, è la KELLOG con i suoi waffles EGGO che vengono citati e mostrati a dismisura essendo il cibo preferito dalla ragazzina con i superpoteri. Ma non è che la COCA-COLA non abbia una sua importanza, apparendo spesso ed essendo usata anche per refrigerio per i lividi dopo uno scambio di pugni. Abbiamo poi una PENTAX che ha una sua importanza diegetica, un paio di supermercati (FAIRY MARKET) e poi GENERAL ELECTRIC (ventilatore), CAMEL, SMARTIES, PRINGLES. SB





STREAMING



INTERNATIONAL SALES



#AshvsEvilDead **starz**



ASH CHAINSAW MASSACRE

(Ash Vs. Evil Dead Stagione 01)



E ora andiamo abbiamo dei non morti a cui spaccare il culo.

Questo è il motto della saga di Ash Williams, reparto ferramenta del Value Stop, un grande magazzino inventato per la saga, che 30 anni dopo dagli avvenimenti del film “La casa” (capolavoro dello slasher degli anni '80 che ha avuto 2 sequel e uno sfortunato remake) e si accorge che una sera per far colpo su una ragazza l'aveva portata a casa dal bar dove stava a bere birra Bud e le aveva letto alcune pagine del Necromicom, il libro maledetto che lui aveva avuto la buona idea di conservare a casa.

Peccato che ormai si sa cosa succede a leggerlo e a questo punto Ash non può far altro che mettere insieme una squadra e dirigersi verso la baracca del bosco dove tutto è cominciato.

La prima stagione di Ash vs. Evil Dead mantiene in pieno sia le caratteristiche artistiche che tecniche della trilogia originale: splatter estremo con pezzi di corpo e sangue che schizzano da tutte le parti e una

sana dose di umorismo anche nelle situazioni più pericolose.

Altro punto di forza della casa fu la steady-cam, usata per la seconda volta in un “blockbuster” (il primo fu Shining) e che in alcuni casi diventa la vera protagonista dei film e che qui viene usata praticamente allo stesso modo.

Rispetto alle altre serie di zombi - demoni - non morti Ash versus Evil Dead è decisamente diversa proprio per il suo stile scanzonato e per gli eccessi portati all'iperbole.

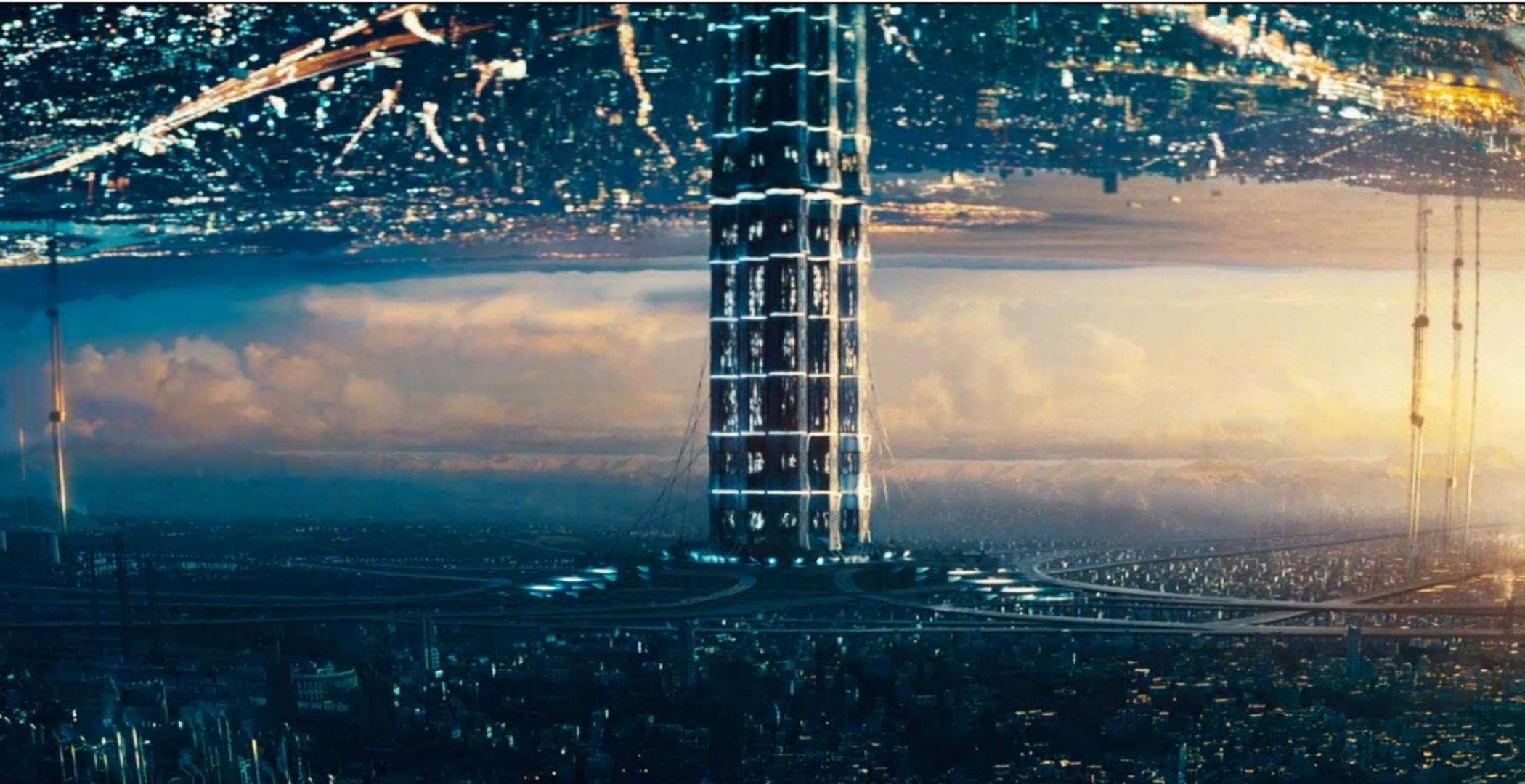
Si ricorda infatti che Ash ha un arto meccanico che spesso cambia con una motosega e che la sua vera mano è indemoniata.

Un regalo geniale che si porta dal secondo film della saga.

Fra il product placement ci sono alcuni articoli del reparto ferramenta, birre Bud, una Dodge Challenger e, ovviamente la vecchia Oldsmobile Delta 88 con cui aveva addirittura viaggiato nel tempo ne “L'armata delle tenebre”.

ROMEO & JULIET SOTTOSOPRA

(Upside Down)



Adam vive in uno strano mondo: su un pianeta che vive a pochissima distanza da un pianeta “gemello” e che è collegato all’altro attraverso un grattacielo di cui ovviamente l’attico per il pianeta uno è il pianoterra del pianeta 2 e viceversa, come si può ben constatare dalla figura 1 qui sopra.

Ogni abitante, animale, oggetto, particella di acqua e ossigeno di un pianeta è fermamente legato alla gravità del suo pianeta e quindi sui pianeti ognuno cammina coi piedi per terra guardando all’insù i “cugini” che camminano a testa ingiù e la cosa si fa più evidente nel palazzo di collegamento dove ogni piano, a qualunque distanza sia da un pianeta o dall’altro, che sia pianterreno o attico ha scrivanie, armadietti, telefoni sia sul pavimento che sul soffitto e gente che ci lavora passandosi le carte con le mani alzate.

Probabilmente sono banditi gli orologi alle pareti che creerebbero solo confusione.

Se la cosa già così vi sembra strana si potrebbe anche obiettare che i problemi di gravità fra due pianeti così vicini potrebbero non essere così facilmente gestibili, giusto, ma non è ancora questo il problema principale.

Il problema sta appunto nel grattacielo di collegamento che sta a dimostrare che i due pianeti non ruotano e quindi altro che problemi di gravità, ma abbiamo accettato *The Maze Runner*, *Divergent* e *Twilight*, possiamo passar sopra anche a questo.

Comunque inutile dire che i due pianeti hanno due qualità della vita diverse sopra stanno i ricchi (noi seguiamo le vicende di uno della terra di sotto), mentre la povertà è relegata all’altro pianeta. Sopra si vive nel lusso e tutto è permesso, sotto bisogna tirare a campare.

Le comunicazioni fra i due pianeti sono limitate alle comunicazioni d’ufficio e ogni tipo di rapporto, figuriamoci se amoroso è assolutamente vietato, ovviamente per ordine della parte benestante che non vuole mischiarsi con quelli dell’altro piano.

In questo contesto vive Adam uno degli abitanti del pianeta “ghetto” che anni prima si era fidanzato con Eden una ragazza del piano di sopra conosciuta in montagna (le montagne simmetriche sono l’unico punto in cima alle quali gli abitanti dei due pianeti riescono a toccarsi).

Durante una battuta di caccia ai clandestini la ragazza aveva però perso l’equilibrio ed era caduta perdendo completamente la memoria e quindi dimenticandosi di Adam.

Anni dopo Adam ha la fortuna di lavorare nel grattacielo di collegamento e, un giorno, durante uno dei suoi giri ai piani superiori scopre che anche Eden lavora in quel palazzo. Da quel momento il suo unico scopo sarà quello di riconquistarla ma, per farlo deve riuscire a passare per uno dell’altro pianeta. Aiutato da due sue amici (uno per pianeta) comincia a collezionare vestiti e pesi del pianeta opposto per poter camminare all’insù, anche se la cosa porta ad effetti di attrito collaterali cosa che ben presto lo farà smascherare creando non pochi problemi con i guardiani supremi.

Ovvio il messaggio sociale in questa pellicola “all’acqua di rose”, ennesima variazione twighilitiana dell’amore impossibile alla Romeo e Giulietta in cui sappiamo già dove “volemosebene” andremo a finire. Non male alla fine ma niente product placement. **POC**

UPSIDE DOWN (2012)

Director: [Juan Solanas](#)

Writers: [Juan Solanas](#)

Cast: [Kirsten Dunst](#), [Jim Sturgess](#), [Kate Trotter](#), [Kidnie James](#)

Producers: [Claude Legér](#), [Dimitri Rassam](#)

Genres: [Fantascienza](#)

Company: [Onvx Films](#), [France 2](#)

Country: [Canada](#), [France](#)

Time: 1h 54m



2015 - Novembre 2016

RUBRICHE

Webseries - Libri - Dischi - Fumetti - Giornali - e tutto quanto fa tendenza by [Dy's News](#)



VIMEO - COAST TO COAST

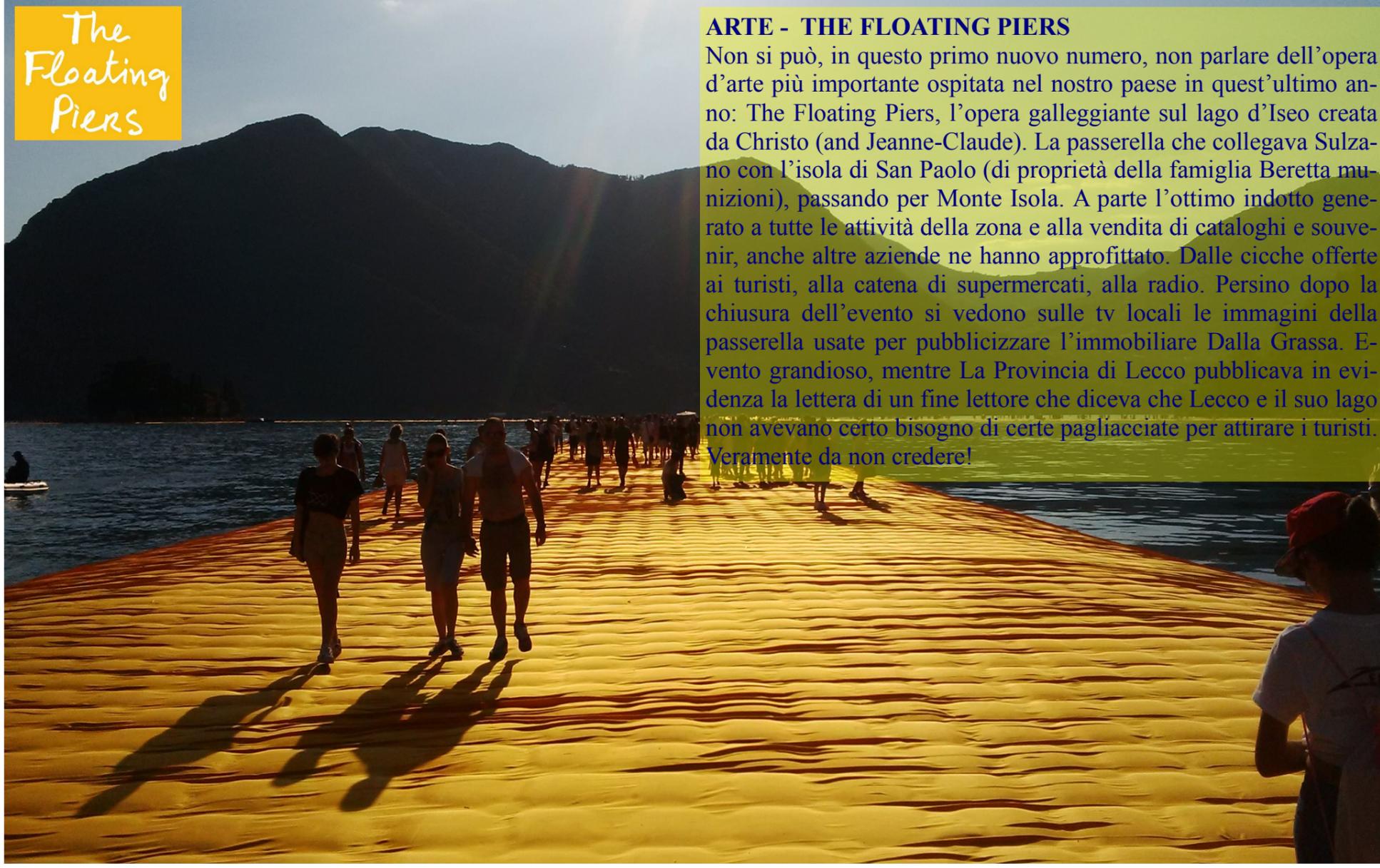
Avevamo lasciato lo psicologo Carlo Alberto Cavallo a risalire il Mekong in un viaggio purtroppo non pubblicizzato ne trasmesso da nessuna televisione. Adesso il grande Carlo ci prova con una nuova missione da Lisbona a Taiwan grazie a Bla Bla, Car la piattaforma francese che permette di trovare passaggi gratuiti. Un grande esempio di esploratore da seguire in tutti i sensi anche su Vimeo [qui](#)

COMICS - JESSICA JONES: ALIAS

Con l'arrivo di Jessica Jones su Netflix la MAX ha ristampato la serie "Jessica Jones: Alias", nel quale la nostra eroina è costretta a fare i conti con il suo passato di Avengers essendo stata coinvolta in un complotto durante la campagna presidenziale americana e che coinvolge alcuni supereroi. La Nel frattempo risolve casi di tradimenti con appuntamenti da Starbucks.



The Floating Piers



ARTE - THE FLOATING PIERS

Non si può, in questo primo nuovo numero, non parlare dell'opera d'arte più importante ospitata nel nostro paese in quest'ultimo anno: The Floating Piers, l'opera galleggiante sul lago d'Iseo creata da Christo (and Jeanne-Claude). La passerella che collegava Sulzano con l'isola di San Paolo (di proprietà della famiglia Beretta munizioni), passando per Monte Isola. A parte l'ottimo indotto generato a tutte le attività della zona e alla vendita di cataloghi e souvenir, anche altre aziende ne hanno approfittato. Dalle cicche offerte ai turisti, alla catena di supermercati, alla radio. Persino dopo la chiusura dell'evento si vedono sulle tv locali le immagini della passerella usate per pubblicizzare l'immobiliare Dalla Grassa. Evento grandioso, mentre La Provincia di Lecco pubblicava in evidenza la lettera di un fine lettore che diceva che Lecco e il suo lago non avevano certo bisogno di certe pagliacciate per attirare i turisti. Veramente da non credere!

DOSSIER VOLK

Capitolo 1 - Ducati

a cura di Dy's World





La prima delle brand coinvolte nel nostro speciale dedicato al Gruppo Volkswagen è la Ducati che appartiene al gruppo attraverso la Lamborghini. Vediamo i film che hanno provveduto a farla diventare un mito

BRUCIA RAGAZZO, BRUCIA

1962. L'amore passionale e distruttivo fra la ricca signora e il bagnino viene consumato anche attraverso una Ducati 250 Mach 1



KILL!

1971. I poliziotti dell'interpool che indagano sul killer di spacciatori e venditori di porno usano le Ducati

LARGA NOCHE DE JULIO



1974. La Ducati serve a Julio nel mistero di un omicidio legato al mondo delle corse

éX-D イクスドライブ

UNA RAGAZZA MOLTO VIZIOSA

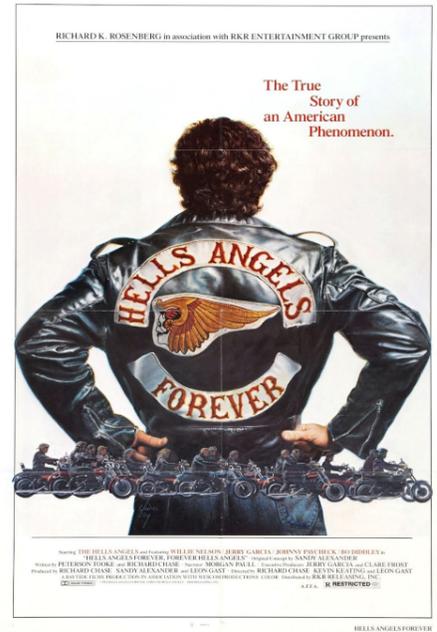
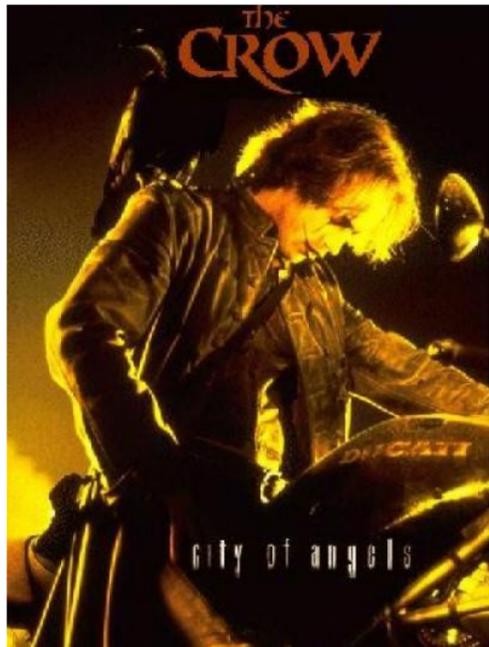
1987. Lilly Carati, fra un'orgia e l'altra, posa per un servizio fotografico su una Ducati



BUBBLEGUM CRISIS

T O K Y O 2 0 4 0





BLOW

2001. Moto scelta da George Jung nel momento in cui sta esplodendo il suo business

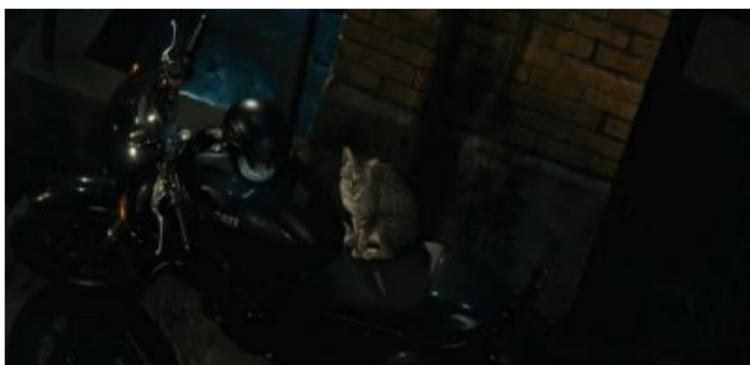
AUSTIN POWERS IN GOLDMEMBER

2002. La Ducati 748 viene usata dal Dott Male e da MiniMe



MINORITY REPORT

Moto del futuro per Tom Cruise.



CATWOMAN

Moto con gatto per Catwoman

DEADPOOL





Per ulteriori informazioni vai alla pagina [Ducati di Dy's Pro](#) dove sono riportati il numero delle operazioni analizzate in Dy's World, la miglior citazione, il miglior posizionamento in assoluto analizzato con il coefficiente Dy's qualitativo che riportiamo qui, il miglior placement Europa, Far East, America, Other Countries, TV e lo Psy, cioè il più assurdo trovato. Per il resto Dy's World.

The Matrix Reloaded (Matrix Reloaded) (2003)

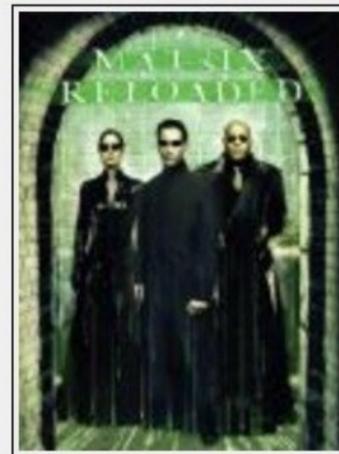
★★★★★★★★★★ (Dy's:10)

Regia

Andy Wachowski

Trama

Continua la guerra di Matrix con le macchine che stanno avanzando verso la città sotterranea e l'infiltrazione di Neo e soci all'interno della matrice. Aumentano di gran lunga gli effetti speciali ma in alcuni casi anche la pallosità. Una sforbiciata di mezz'ora non ci stava male. Macchine chevrolet e ducati moto iperbolica, Lg neon forse (nel senso che LG è sicura) samsung cellulari con campagna. Powerade bibita con pubblicità con wearing, un audi si ferma davanti alla macchina da presa all'inizio. Gucci occhiali. Gioca a fare superman hai presente?



Cast

Monica **Bellucci**
Keanu **Reeves**

Produzione

Warner Bros

Trama a cura della redazione di **Dy's News**

[More at Dy's World](#)

Durante la scena più spettacolare del film avviene un inseguimento in autostrada durante il quale Trinity riesce a rubare una ducati dal camion che le trasporta e a fare uno degli inseguimenti più spettacolari della storia del cinema.

Successo film (Secondo capitolo della trilogia Matrix, una delle saghe di fantascienza più redditizie di sempre).

Corrispondenza del film con target riferimento brand (Giovane e globale)

Caratterizzazione brand rispetto al target del film (Spettacolare nella scena più adrenalinica del film)

Visibilità brand (Moto visibile sotto tutti i punti di vista)

Posizionamento brand (Nella scena più bella)

Interazioni prodotto storia (Aiuta Trinity a portare in salvo il Keymaster)

Interazioni prodotto con il protagonista (La guida nella scena d'azione per uscire dai guai)

Analogie prodotto protagonista (Tecnologica e sta in Matrix)

Coinvolgimento emotivo dello spettatore (Assolutamente preso nell'inseguimento contromano in autostrada)

Rafforzamento immagine prodotto

Moto affidabile che sta nel mondo di Matrix e è assogettata a tutte le sue regole. "Ti carico subito un corso di furto". Poi affidabile nel caso di un superinseguimneto contro gli agenti Smith

2000 - Novembre 2016

GERARDO CORTI'S A SUD DI BAND-AID

Il Product Placement nella comunicazione aziendale



Dopo 16 anni dalla sua uscita torna in versione aggiornata il libro che ha dato origine al product placement in Italia. Un testo fondamentale da staccare dal resto della ezine. Dal prossimo numero su Dy's Chronicles

© Gerardo Corti 2000, 2016