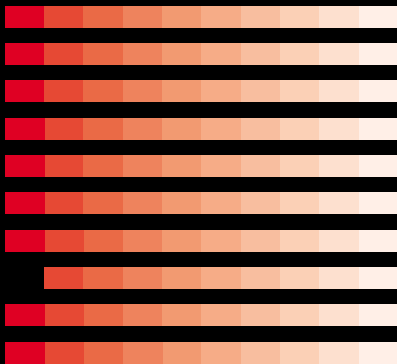


Coefficiente DY's  
**9.9**

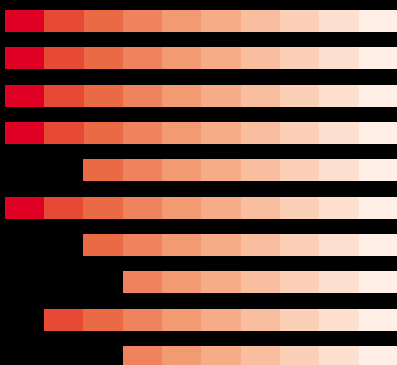


## II° MALESIA

(Xia ri de mo mo cha - Regia: Jingle Ma Interpreti: Richie Ren, Sammy Cheng, Ah-Niu, Vincent Kok, Pin Hui Tai. Riferimenti Dy's: numero 5) Film hongkonghese a metà fra Baywatch e le commedie estive americane (il titolo inglese è Summer Holiday) dove una manager giapponese si innamora di un giovane riccone thailandese. Tutto il film si svolge sulle spiagge della Malesia che la manager vuole comprare per tre milioni di dollari ma che lui si rifiuta di vendere perché non vuole privarsi di un così bel paradiso. La produzione ringrazia l'ente di turismo e la compagnia aerea della Malesia che a quanto pare hanno fatto un ottimo investimento visto che come promo turistico non è per niente male.

**CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND**  
**VISIBILITA BRAND**  
**POSIZIONAMENTO BRAND**  
**CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM**  
**INTERAZIONI CON PROTAGONISTA**  
**INTERAZIONI STORIA**  
**ANALOGIE CON PROTAGONISTA**  
**SUCCESSO FILM**  
**COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE**  
**RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO**

Coefficiente DY's  
**8.9**



## III° PLANET HOLLYWOOD

(15 minuti – follia omicida a New York Regia: John Herzfeld. Interpreti: Robert De Niro, Edward Burns, Kelsey Grammer, Avery Brooks, Melina Kanakaredes, Karel Roden) Due russi sbarcano a New York dove cominciano ad uccidere riprendendo le morti per fare un film. Fra le scene violente c'è anche quella all'interno di un Planet Hollywood dove si travolge anche la statua di Stallone Rocky.

**CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND**  
**VISIBILITA BRAND**  
**POSIZIONAMENTO BRAND**  
**CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM**  
**INTERAZIONI CON PROTAGONISTA**  
**INTERAZIONI STORIA**  
**ANALOGIE CON PROTAGONISTA**  
**SUCCESSO FILM**  
**COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE**  
**RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO**

## OCEAN'S ELEVEN

*Un cast di stelle al servizio di Las Vegas*

Ocean's eleven era il titolo originale del film Colpo Grosso di Lewis Milestone, da cui il remake di Soderbergh che invece mantiene il titolo americano. Bizzarra idea quella di rifare un film poco interessante messo assieme solo come veicolo di sfruttamento degli attori-canterini Dean Martin, Frank Sinatra e Sammy Davis jr. Nella pellicola appena uscita sui nostri schermi il peso dell'operazione è sulle spalle della coppia George Clooney (ormai specializzato nei ruoli di simpatica canaglia)-Brad Pitt. Di che far svenire le spettatrici! Per i maschietti la consolazione di una Julia Roberts (sottotono e ben più affascinante nel precedente film di Soderbergh, Erin Brockovich) al posto di Angie Dickinson. La storia del farabutto Ocean che organizza una rapina "impossibile" a Las Vegas con l'intento primario di vendicarsi del proprietario di cinque dei più importanti casino del paese, Andy Garcia, reo di avergli soffiato la bella Julia, sua ex-moglie, è leggermente meglio strutturata che non nell'originale e la simpatia degli interpreti rende il tutto piuttosto sopportabile. La rapina che nell'originale si svolgeva ad incastro per colpire i cinque casino, qui si concentra sul BELLAGIO, l'hotel-casino fiore all'occhiello del personaggio interpretato da Garcia. Dato che l'hotel è il vero protagonista occulto, meglio inquadrato ed amato dalla macchina da presa che non la Roberts stessa la cui presenza ammaliatrice non è altrettanto ben sottolineata, è d'obbligo aprire una parentesi. Se vi recate a Las Vegas potrete trovare il Colosseo, la Tour Eiffel, l'Empire State Building, la Statua della Libertà, si tratta infatti di ricostruzioni dei famosi monumenti trasformati in alberghi di lusso per il trionfo del kitsch. In effetti la capacità degli americani di trasformare tutto in spettacolo per poter raccattare denaro si esplica proprio lì nel Nevada (la Disneyland per adulti). E' noto anche degli statunitensi il senso di inferiorità nei confronti degli europei per la mancanza di vere e proprie radici culturali e artistiche e quindi l'invidia per le opere d'arte soprattutto italiane. Se facciamo due più due ci è facile capire come questo venga esorcizzato cercando di riprodurre i monumenti italiani in maniera più grande, più magnificente, più confortevole e spettacolare, e soprattutto fruibile da chiunque abbia denaro da spendere. Tutto ciò ci porta al motivo della costruzione dei tre grandi Hotel fiore all'occhiello della città del gioco, ispirati alle città italiane, il BELLAGIO (con la ricostruzione del paese ed addirittura di parte del lago di Como, ancora in Lombardia ci si ricorda di quando architetti americani giunsero a misurare le abitazioni per poterle riprodurre fedelmente), il VENEZIA (con tanto di Canal Grande e ponte di Rialto ricostruiti) e il CEASAR PALACE (in cui non mancano il Colosseo e gli impiegati vestiti da antichi romani). Opere costosissime, ma vere e proprie macchine per produrre denaro e quindi bisognose di pubblicità per attirare gente facoltosa disposta a spendere. Possiamo quindi tornare ai nostri undici di Ocean che proprio del BELLAGIO magnificano l'importanza e la magnificenza e che rapinano perchè sanno che così colpiranno il proprietario proprio nell'opera a lui più cara. Ora chi, vedendo il film, non avrebbe voglia di catapultarsi dentro? Non che i concorrenti restino a guardare, infatti il proprietario del VENEZIA poco dopo diventerà personaggio fondamentale di un altro dei successi della stagione cinematografica statunitense, quel RAT RACE che vede il ritorno degli Zucker alla comicità demenziale. Ed il CEASAR? Chi non lo ricorda coprotagonista di RAIN MAN? Con lo stesso meccanismo della sfida al potente, al migliore, si intrufola in questa storia di alberghi e case da gioco la PHILIPS che è il vero avversario dei simpatici ladri con i suoi antifurto che dovrebbero rendere invulnerabile il BELLAGIO. E come sconfiggere i migliori antifurto della piazza se non con tecnologie più avanzate e perfezionate che portano il marchio... PHILIPS? Come dire che se la Roberts è costretta ad una scelta tra due "migliori" nel caso degli addetti alla sicurezza la scelta è una sola, purchè ci si tenga aggiornati e si continui ad investire nella PHILIPS!

**COMMEDIA SEXY** scambi di coppie e target

Forse il film italiano più bello e divertente della stagione: una gradevolissima commedia con Alessandro Benvenuti, Ricky Tognazzi, Elena Sofia Ricci, Giuppy Izzo ed una splendida Micaela Ramazzotti

Due coppie di amici, la prima interpretata da Alessandro Benvenuti ed Elena Sofia Ricci e la seconda formata da Ricky Tognazzi e Giuppy Izzo, si trovano coinvolte in una serie di situazioni imbarazzanti a causa, ma forse non solo, della bella Micaela Ramazzotti. Il tutto nel corso di una rovente nottata che "distruggerà" le loro reputazioni, ma procediamo con ordine. Ognuna delle due coppie, all'insaputa dell'altra, ha qualche perversione: la prima è esibizionista ed ama rimorchiare giovani donne nei posti più impensati (divertentissima la scena in cui la Ricci cerca di farsi vedere nuda dal commesso del negozio di abiti), la seconda invece ama fare orge di ogni tipo. Il marito di questa seconda coppia, Tognazzi, ha però anche una giovane amante all'insaputa sia della moglie che degli amici. Il casino scoppia nel momento in cui tutti i protagonisti si ritrovano casualmente a ballare nello stesso locale latino americano. La moglie di Tognazzi scopre la tresca, fa una scenata e scappa inseguita dal marito, la seconda coppia, ignara dell'accaduto, cerca e riesce a portare a casa la ragazza. Da questo momento in poi la nottata si consumerà in un susseguirsi di equivoci, inseguimenti, situazioni paradossali ed imbarazzanti che finiranno per coinvolgere prostitute, amori gay, pratiche SM, fruste, dildi fluorescenti e feste di compleanno di transessuali. In questo contesto (anche se il tutto è trattato con fine ironia e senza mai trascendere nel cattivo gusto) si inseriscono le brand. Fra le prestazioni migliori ci sono quelle di Ericsson, con i suoi cellulari che suonano in continuazione nel corso della notte per telefonate indispensabili allo svolgimento della trama, Fiat, con alcune macchine fra cui una Punto con la quale si va alla ricerca di un modo per allietare la serata, e Schweppes utilizzata da Benvenuti per preparare le tequila boom boom per far festa con la Ramazzotti (anche se quest'ultima non ne aveva per niente bisogno visto che era già riuscita a crollare per conto suo). Da notare che il cocktail è ugualmente bevibile dalla coppia, nonostante Benvenuti abbia avuto la brillante idea di utilizzare la grappa al posto della tequila. Potenza della Schweppes! Come per tutti i film comici italiani, moltissime sono le marche presenti, alcune delle quali possono essere state inserite casualmente per esigenze registiche. Fra questi il caso più interessante sembra essere Barilla. Si comincia con un pacchetto di farina bianca posto sulla credenza della cucina dei Benvenuti durante un dialogo (ovviamente a sfondo sessuale) fra la Ricci e la Izzo, e si continua brandendo una scatola di spaghetti n. 5 durante la proposta, fatta dalla Ricci, di coinvolgere i quattro amici in una spaghetta notturna. Proposta ovviamente rifiutata da Benvenuti che, avendo appena raccolto le confessioni sui gusti degli amici, ha paura che la cena si trasformi in un orgia sullo stile di quelle organizzate da Reverend William Cooper. La presenza di Barilla non è solo sorprendente, ma decisamente intrigante in quanto le tematiche del film sono quanto di più lontano si possa immaginare dalla politica di brand Barilla. Ma dopotutto questo è appunto uno dei tanti vantaggi per cui un'azienda può decidere di utilizzare uno strumento come il product placement. Nel Corti si fa notare come una determinata brand, avente caratteri intangibili adatti ad un determinato tipo di target, possa cercare di farsi strada presso altri gruppi di consumatori proprio attraverso questo strumento di comunicazione aziendale: *"La possibilità di differenziare le prestazioni della marca a seconda del target e la possibilità di rivolgersi ai diversi target con messaggi personalizzati è uno dei vantaggi di questo strumento di comunicazione. Il product placement riesce quindi a rafforzare l'immagine del prodotto, trasmettendo ad ogni tipo di target preso in considerazione, quel particolare genere di emozioni e/o sentimenti per i quali è predisposto."* Nel nostro caso Barilla, che da sempre si propone come la pasta per la classica famiglia italiana puntando tutte le sue campagne pubblicitarie sull'amore e sui buoni sentimenti, riesce in questo contesto ad uscire dal proprio target e a colpire quello del suo più diretto concorrente. Cos'è infatti Commedia sexy se non un film essenzialmente dedicato ad un pubblico giovane, dinamico, con voglia di divertirsi? Un target da spaghetta a mezzanotte, appunto, ovvero la riserva di caccia naturale di Buitoni, che con Abatantuono ha da sempre puntato su questo genere di consumatore. E se da una parte ci si inserisce egregiamente all'interno di un film più adatto alla politica del concorrente, dall'altra lo fa puntando su di un argomento tabù, proprio nel momento in cui un altro concorrente storico ha deciso di giocare questa carta. Dopo anni di silenzio, infatti, Agnesi ha finalmente cambiato direzione, proponendo una campagna pubblicitaria basata su sesso e desiderio (il famoso spot delle forchette che volano), alludendo a quella stessa azione (mangiare direttamente sul corpo) per la quale, dopo averla proposta su se stessa era stata redarguita persino Marina La Rosa, in quanto era stata ritenuta tabù dagli autori del Grande Fratello. Nel film, come nello spot Forchette, Barilla non viene mangiata, ma solo mostrata all'inizio di una situazione che ha tutte le premesse per diventare infuocata, cosa che per quanto riguarda la Barilla non succedeva dalla famosa pubblicità Alta società diretta nel 1984 da Federico Fellini nella quale veniva pronunciato un sensualissimo Rigatoooooni, con il quale si sottolineava la scelta della pasta rispetto agli altri tre piatti teoricamente "afrodisiaci", facendo intendere un altro genere di piacere. Un'ottima prova interpretativa, quindi, per una brand che difficilmente compare all'interno di un film.

•Gerardo Corti, Il product placement nella comunicazione aziendale, pag. 67

# CLASSIFICHE JMN & DY 2001

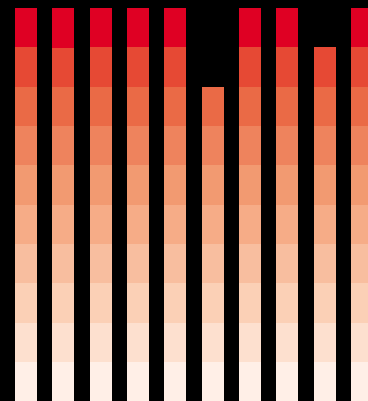
## ALIMENTARI

### La frase

"Facciamo una spaghetтата"

*A Tognazzi e Benvenuti in Commedia sexy*

Nel 2001 parecchie marche sono apparse nei film sia italiani che esteri. Fra questi hanno avuto una nuova stagione i primi (pasta, riso, surgelati) che sono apparsi in svariati film interessanti. Fra quelli più interessanti ci sono sicuramente Barilla in *Commedia sexy* e Giovanni Rana scelto da Giacomo, nonostante abbia di fronte anche i ravioli Buitoni in *Chiedi se sono felice* (entrambi i casi sono stati studiati nei primi numeri di Dy's Chronicles). Per quanto riguarda invece la seguente classifica abbiamo deciso di premiare esclusivamente marche italiane che come si vede sono apparse anche in altre cinematografie.



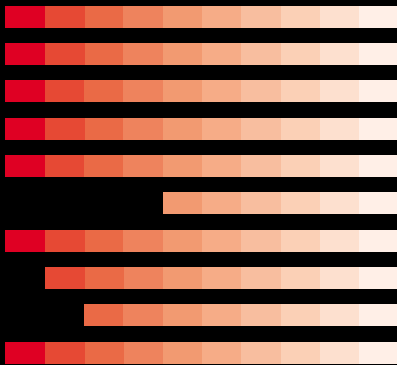
## 1° 4 SALTI IN PADELLA

**(Merry Christmas** Regia: Neri Parenti, Interpreti: Christian De Sica, Massimo Boldi, Fichi D'India, Enzo Salvi, Biagio Izzo, Emanuela Folliero, Paula Vazquez. Riferimenti Dy's: numero 8) Durante le vacanze di Natale si ritrovano in un hotel di Amsterdam un pilota dell'Alitalia (Christian) con due mogli (Folliero e Vazquez) da gestire affinché non si incontrino, un produttore di panettoni (Boldi) che cerca di evitare che sua figlia sposi un romano (Salvi) e due becchini (fichi d'india) impegnati a ritrovare le ceneri di un miliardario. Bella commedia natalizia con trovate divertenti e campione d'incassi. Paula Vasquez è la moglie raffinata di De Sica che mostra varie buste di 4 salti in padella per decidere cosa cucinare.

CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITÀ BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
**9.7**

Coefficiente DY's  
9.3

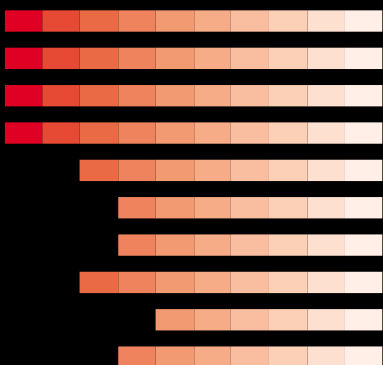


## II° BARILLA

(**Bounce** Regia: Don Roos Interpreti: Gwyneth Paltrow, Ben Affleck, Natasha Henstridge, Jennifer Grey. Riferimenti Dy's: numero 6) Un pubblicitario che cede il suo posto in aereo ad un altro passeggero. L'aereo cade e lui, preso dai sensi di colpa, va in cerca della moglie dell'uomo che casualmente è Gwyneth Paltrow. Mentre pensa con la domestica sul da farsi la Paltrow cucina nella sua bella cucina dove in primo piano c'è un pacchetto di pasta Barilla.

**CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND**  
**VISIBILITÀ BRAND**  
**POSIZIONAMENTO BRAND**  
**CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM**  
**INTERAZIONI CON PROTAGONISTA**  
**INTERAZIONI STORIA**  
**ANALOGIE CON PROTAGONISTA**  
**SUCCESSO FILM**  
**COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE**  
**RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO**

Coefficiente DY's  
8.3



## III° BARILLA

(**Mari del sud** Regia: Marcello Cesena. Interpreti: Diego Abatantuono, Victoria Abril, Chiara Sani) Un operatore finanziario viene derubato dal suo commercialista. Per non fare brutte figure con i colleghi e vicini finge di partire per i mari del sud mentre in realtà si rifugia con la famiglia in cantina. Notevole la scena in cui si recano al supermercato ed alla cassa passa più volte Barilla. Essendo teoricamente terreno per Buitoni, Barilla merita un punto di bonus.

**CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND**  
**VISIBILITÀ BRAND**  
**POSIZIONAMENTO BRAND**  
**CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM**  
**INTERAZIONI CON PROTAGONISTA**  
**INTERAZIONI STORIA**  
**ANALOGIE CON PROTAGONISTA**  
**SUCCESSO FILM**  
**COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE**  
**RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO**

# CLASSIFICHE JMN & DY 2001

## MERENDINE - GELATI

### La frase

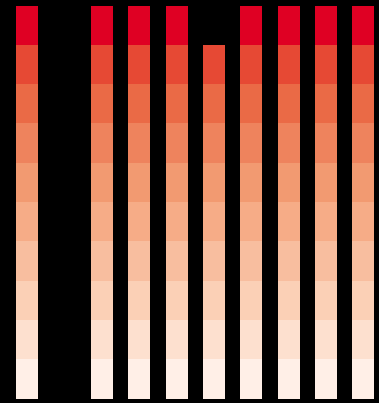
"Cinque sono i cereali"

*Al momento giusto*

Numerose, anche nel 2001, le marche coinvolte in product placement, a partire da Nestlé Crunch che fa sopravvivere un ragazzino per settimane su un'isola deserta infestata dai dinosauri in *Jurassic park 3*, che si guadagna il primo posto fra le barrette di cioccolato, alle Pringles sgranocchiate in *The hole* (primo fra le patatine). Ci sono poi casi interessanti come le caramelle Mentos in *Shriek - hai impegni per venerdì 17?*, uno dei personaggi secondari di *Chocolat* che si chiama Rochè e il piccolo *Billy Elliot* che ricava l'energia anche dai Kellog's. Ma la classifica che più ci ha divertito è stata sicuramente quella dei gelati.

## 1° SANTA MARADONA

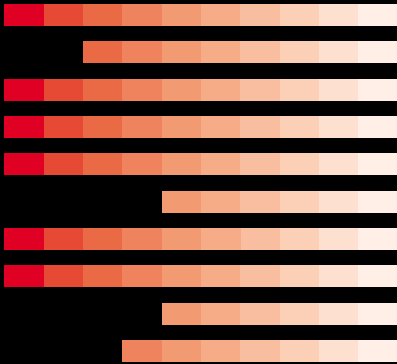
(**Santa Maradona** - Regia: Marco Ponti. Interpreti: Stefano Accorsi, Anita Caprioli, Libero De Rienzo, Mandala Tayde) Storia di quattro giovani e delle loro avventure fra la fine degli studi e l'approccio del primo lavoro. Fra questi c'è la bella Mandala Tayde alle prese con problemi d'amore e con quelli delle sue foto nuda che sono apparsi su Photo. Mandala racconta all'amica di essersi masturbata con un Magnum double e alla compagna stupita chiarisce: "Crema, cioccolato, caramello." Forse la Algida non sarà stata consultata sulla citazione. Ma certo l'utilizzo improprio fatto della bella Tayde fa venir voglia di comprare quantità industriali del gelato



CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITÀ BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
**8.9**

Coefficiente DY's  
**8.7**

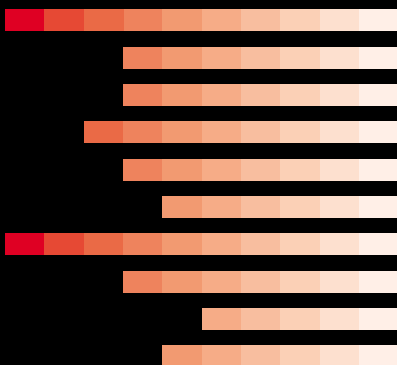


## II° hagen daaz

(Il diario di Bridget Jones Regia: Sharon Maguire Interpreti: Renée Zellweger, Hugh Grant, Colin Flirth, James Collins, Sally Philips. Riferimenti Dy's: numero 7) Trentenne insoddisfatta Bridget ha tanti buoni propositi difficili da mantenere: dimagrire, trovare l'uomo sensibile, dolce che non sia il solito stronzo. Ovviamente parte col piede sbagliato innamorandosi del capo (lo stronzo) e di conseguenza continuando a bere e mangiare per affogare i suoi pensieri. Fra le leccornie che Bridget trangugia in quantità industriale ci sono anche i barattoli di gelato Hagen Daaz.

**CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND**  
**VISIBILITA BRAND**  
**POSIZIONAMENTO BRAND**  
**CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM**  
**INTERAZIONI CON PROTAGONISTA**  
**INTERAZIONI STORIA**  
**ANALOGIE CON PROTAGONISTA**  
**SUCCESSO FILM**  
**COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE**  
**RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO**

Coefficiente DY's  
**7.3**



## III° SOLERO

(Krampack Regia: Cesc Gay. Interpreti: Fernando Ramallo, Jordi Vilches, Marieta Orozco, Esther Nubiola, Ana Gracia. Riferimenti Dy's: numero 4) Gli amori estivi di due adolescenti nella casa al mare di uno dei due. Ma mentre uno cerca le ragazze, l'altro è segretamente innamorato di lui. Al bar del paese ci sono cartelli Longese (Algida), potrebbe essere casuale ma la ragazza non corrisposta dal ragazzo gay ad un certo punto per consolarsi mangia un Solero.

**CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND**  
**VISIBILITA BRAND**  
**POSIZIONAMENTO BRAND**  
**CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM**  
**INTERAZIONI CON PROTAGONISTA**  
**INTERAZIONI STORIA**  
**ANALOGIE CON PROTAGONISTA**  
**SUCCESSO FILM**  
**COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE**  
**RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO**

# CLASSIFICHE JMN & DY 2001

## ACQUE MINERALI

### La frase

"Evian se no allora la Perrier"  
*Criminali da strapazzo*

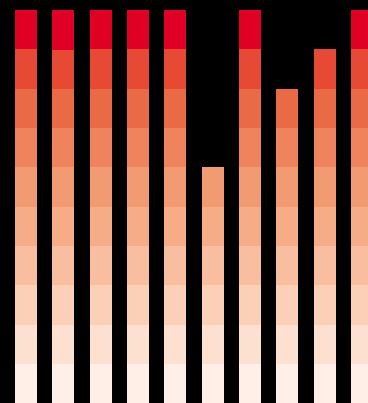
Come ogni anno le acque minerali sono comparse in numerosi film, e come succede dagli anni '90 in poi, le marche americane non hanno perso l'occasione per rimarcare i propri caratteri intangibili grazie a questo strumento di comunicazione.

*"Negli ultimi anni, invece, con il proliferare delle agenzie di product placement, si è assistito ad un notevole aumento di marche di acqua in ogni genere di film. I film vengono usati, così come hanno fatto la Avalon e la Qasar, per differenziare la propria marca da quella dei concorrenti, per farla apprezzare ai consumatori e per guadagnare una quota di mercato attraverso la sua associazione a determinati stili di vita. Le bottiglie non vengono più posizionate su un tavolo anonimo o su di uno scaffale del supermercato ma vengono spesso fatte bere ad uno specifico attore o personaggio in un particolare momento della sua vicenda."* (Gerardo Corti, *Il product placement nella comunicazione aziendale*)

Anche nel 2001 si è assistito ad una buona serie di posizionamenti azzeccati.

### 1° NAYA WATER

**(Romeo deve morire** - Regia: Andrzej Bartkowiak. Interpreti: Jet Li, Aaliyah, Isaiah Washington, Russell Wong, Delroy Lindo, DMX, Jonkit Lee)  
Rivisitazione Pulp di Romeo e Giulietta con due gang rivali. Jet Li arriva dalla Cina per vendicare la morte di suo fratello ed è costretto a scontrarsi contro un'organizzazione criminale di colore ma si innamora della figlia del capo. Naya water compare un po' dovunque e viene persino usata durante un'addestramento di Jet Li come arma.

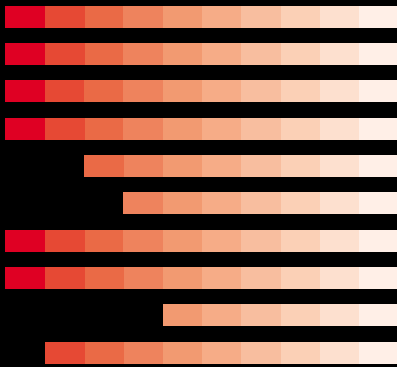


CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITÀ BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
**9.3**



Coefficiente DY's  
9.0

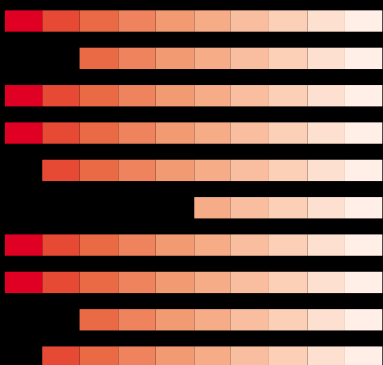


## II° NAYA WATER

(X-men Regia: Bryan Singer Interpreti: Halle Berry, Patrick Stewart, Hugh Jackman, Anna Paquin, Anna Paquin, Famke Janssen, Rebecca Romijn-Stamos) Versione cinematografica dei noti fumetti della Marvel con la squadra dei mutanti impegnata a combattere Magneto ed i suoi seguaci. Nella scuola in cui i mutanti studiano e imparano ad utilizzare al meglio i propri poteri ci sono bottigliette di acqua Naya.

CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITA BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
8.9



## III° EVIAN

(What women want Regia: Nancy Meyers. Interpreti: Meg Gibson, Helen Hunt, Marisa Tomei, Alan Alda. Riferimenti Dy's: numero 3) Storia di odio e amore fra due pubblicitari durante le campagne pubblicitarie per Nike e Visa. Il pubblicitario Gibson all'arrivo della collega avendo paura di perdere il posto subisce un trauma che lo porta a leggere nei pensieri delle donne. Appena arrivata nella nuova agenzia la nuova manager organizza una riunione nella quale si dimostra dinamica bevendo acqua Evian.

CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITA BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

# CLASSIFICHE JMN & DY 2001

## BIBITE

### La frase

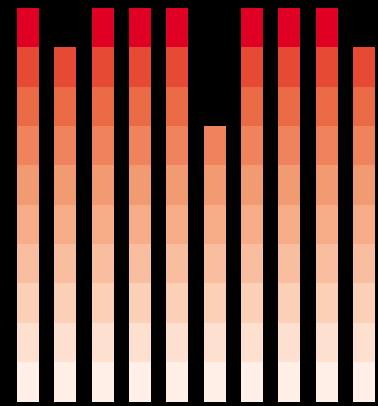
"Ti ho portato le Schweppes per il gin tonic"  
*L'uomo in più.*

Le bibite sono sempre state orientate verso il product placement. Basta prendere il database della JMN & DY per accorgersi come il file sulle apparizioni della Coca-Cola sia di gran lunga il più grosso. Dal 1938 (prima apparizione che abbiamo catalogato con *Gli angeli con la faccia sporca*) fino al 2002 (*Rollerball*) sono migliaia le apparizioni più o meno casuali. Lo stesso dicasi per Pepsi-Cola (1938 *They drive by night*, 2002 *Black hawk down*) e per alcune altre bibite.

Anche il 2001 non poteva essere da meno con moltissimi posizionamenti più o meno azzeccati. Fra i tanti citiamo la Schweppes che, come ha già fatto in altre cinematografie, si pone come ingrediente fondamentale per il gin tonic.

## 1° PEPSI-COLA

(*Tomb Raider* - Regia: Simon West Interpreti: Angelina Jolie, John Voight, Noah Taylor, Daniel Craig, Richard Johnson, Julian Rhind-Tutt. Riferimenti Dy's: numero 7) Film tratto da uno delle più importanti saghe di videogiochi di questi ultimi anni. La bella, ricca, atletica, miliardaria archeologa Lara Croft beve Pepsi-Cola ed alcune lattine vengono pure coinvolte nella sparatoria all'interno del suo castello.



CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND

VISIBILITÀ BRAND

POSIZIONAMENTO BRAND

CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM

INTERAZIONI CON PROTAGONISTA

INTERAZIONI STORIA

ANALOGIE CON PROTAGONISTA

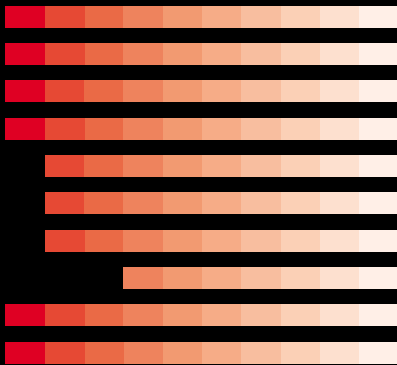
SUCCESSO FILM

COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE

RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
**9.5**

Coefficiente DY's  
**9.4**

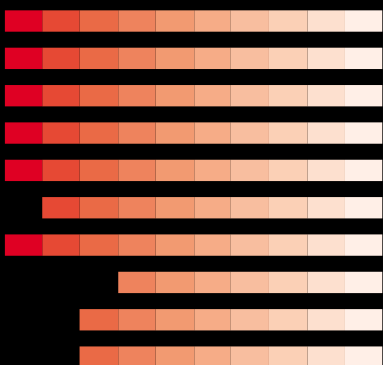


## II° SCHWEPPEES

(Commedia sexy Regia: Claudio Bigagli Interpreti: Ricky Tognazzi, Alessandro Benvenuti, Giuppy Izzo, Elena Sofia Ricci, Micaela Ramazzotti. Riferimento Dy's: numero 3) Gradevole commedia imperniata sulle avventure di due coppie nel corso di una notte movimentata. Una di queste rimorchia una bella ragazza alla quale deve offrire un gin tonic. Il gin però è finito e quindi i cocktail si fanno con la grappa e le Schveppes.

CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITÀ BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
**9.2**



## III° GATORADE

(Shriek – Hai impegni per venerdì 17? Regia: John Blanchard Interpreti: Aimee Graham, Chris Palermo, Kim Greist, Harley Cross, Simon Rex, Coolio) Film demenziale basato sulle saghe di Scream e So cosa hai fatto. Oltre a prendere in giro i film, si prendono in giro anche le marche fra cui Gatorade (Killergate) che viene passata al killer di Scream mentre sta inseguendo una sua vittima.

CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITÀ BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

## THE HOLE - IL BUCO

*Fra le operazioni di product placement nel film e la sua traduzione italiana*

Campagna inglese, una ragazza in stato di shock, insanguinata e con gli abiti stracciati, si aggira per strade deserte dove sono appesi i cartelli di alcuni ragazzi scomparsi tra cui il suo. Arriva faticosamente fino ad un prestigioso collegio, anch'esso deserto, e dopo aver superato alcuni corridoi giunge finalmente ad un telefono ma, dopo aver sentito la voce dell'operatrice delle emergenze, riesce solo ad emettere un urlo lanciante e a svenire. Comincia così la ricerca di una psicologa che, armata di videocamera Sony, riprende le sedute della ragazza sia per cercare di ricostruire ciò che è successo e sia per aiutarla a superare il trauma. La storia che la ragazza comincia a raccontare narra di quattro ragazzi di buona famiglia (uno di questi è il figlio di una star del rock) che decidono di trascorrere un week-end tutto alcol droga e sesso in un luogo isolato e avventuroso. Grazie ad enigmatico spasimante della ragazza i quattro riescono a far sparire le proprie tracce per un week-end facendo credere ai genitori di essere a scuola e alla scuola di essere andati ad un gita (cosa semplicissima da fare, mentre si sgranocchiano le Pringles, soprattutto se si è dotati come il "genietto" di due portatili IBM dell'ultima generazione in grado di intrufolarsi nei computer della scuola) e di rifugiarsi in una sorta di bunker sotterraneo nascosto nel bosco del quale si hanno misteriosamente le chiavi. La cosa riesce: lo spasimante "tradito" chiude sottoterra i quattro promettendo di non rivelare a nessuno dove si trovano, dopodiché sparisce. Per sempre. Tutto quello che segue è un continuo di colpi di scena che non riveleremo per non rovinare le sorprese allo spettatore. Tratto dal racconto *After the hole* di Guy Burt, *The hole* è un film claustrofobico interpretato da una bravissima ed inquietante Thora Birch (la figlia di Kevin Spacey in *American Beauty*) e la bellissima Keira Knightley (la Sabé de *La minaccia fantasma*, il primo episodio di *Guerre stellari*) più i soliti comprimari d'eccezione. Innanzitutto la MG (dovrebbe essere la MGF) con cui si muove la psicologa che cerca di risolvere il caso e che viene inquadrata da tutte le angolazioni compreso un bel primo piano sul logo. Ci sono poi i famosi computer portatili IBM, le Pringles, la videocamera Sony, i cellulari Nokia, di tutti i modelli, che assolutamente non possono mancare in un college esclusivo come quello, anche se poi, per ovvi motivi di copione, non possono prendere sottoterra (tanto al limite la colpa non è loro ma di British telecom), ed alcune marche alimentari a noi sconosciute che i giovani portano nella caverna e delle quali si può riconoscere solo le bustine di ketchup Henz. E qui arriva il punto cruciale: fra le cibarie compaiono anche delle lattine di Cola lontane e non riconoscibili ma assolutamente non Coca ne Pepsi al contrario di quanto succede nei collegi cinematografici di tutto il mondo. Nemmeno una ricerca sui principali motori di ricerca britannici sulle altre cole ci ha permesso di risalire alla possibile marca che a questo punto potrebbe non esistere in quanto la lattina in questione è colpevole di aver scatenato la furia omicida di uno dei protagonisti e il degenerare della situazione. Non c'è da stupirsi quindi se i due colossi del product placement (che comunque non si sono mai tirati indietro ai massacri dei film dell'orrore) abbiano deciso di non comparire in una vicenda angosciante e folle come questa. Unico problema il doppiaggio che a causa della popolarità che gode la Coca-Cola nel nostro paese ha inserito Coca e non Cola nella frase "... per una fottuta Coca" facendo ricadere sulla Coca-Cola la colpa dell'accaduto. Popolarità della Coca che ha creato il fenomeno opposto a quello che succedeva negli anni '40 quando (Cfr. *Dinamite bionda*, Edward Buzzell, Usa, 1945) le attrici si passavano tranquillamente la celeberrima bottiglietta e la voce doppiata diceva "Vuoi una gazzosa?" Per dovere di cronaca bisogna citare anche l'ultima marca nominata: durante l'interrogatorio il maggior indiziato cercando di costruirsi un alibi, confessa: "Ho comprato un Kit Kat". Considerato il precedente chissà cos'era.

## Un tranquillo ferragosto di paura EVOLUTION

*Come vampiri, alieni, serial killer e dinosauri hanno rivoluzionato (ma non inventato) un nuovo modo di fare pubblicità*

Agosto settembre ed ottobre 2001 sono stati ottimi mesi per la distribuzione italiana di film di fantascienza ed orrore. Tutti film interessanti per i nostri studi soprattutto per il fatto che come sempre il cinema dell'orrore offre sempre nuovi spunti per il posizionamento delle marche. Il prodotto e la marca sono sempre inseribili in qualunque contesto ed in qualunque genere di film creando ogni genere di situazione ma è con la fantascienza e con l'orrore (generi per definizione fantastici) che i maghi del product placement possono liberare tutte le proprie fantasie riuscendo ad inserire il prodotto in contesti inimmaginabili. Ne sanno qualcosa i creatori di *Evolution* (Ivan Reitman, film supercitato in quanto ha fatto parlare della "novità" del product placement tutti i critici cinematografici e non) che nella storia di un'inarrestabile invasione aliena fanno in modo che il prodotto la faccia da padrone. Come? Semplice, gli eroi, ovviamente ostacolati dalle autorità, ipotizzano che, se gli umani, che sono costituiti da carbonio, vengono uccisi dall'arsenico, gli alieni, che sono costituiti da Azoto (?), non ne sono sicuro l'ho ricostruito in questo momento seguendo il percorso inverso sulla tavola periodica degli elementi di Mendeleev), potrebbero essere uccisi dal Selenio. Una volta fatto questo il problema è trovare il selenio. Niente di più facile se si pensa che il selenio è uno dei componenti dello shampoo antiforfora e che quindi basta riempire un'autobotte dei pompieri di shampoo Head & Shoulder ed indirizzarlo in direzione del nemico. Alieni sconfitti e protagonisti ingaggiati dalla Procter & Gamble per la pubblicità dello shampoo con la quale si chiude il film e nella quale i quattro dopo aver ucciso una sorta di pterodattilo dichiarano "uccidere gli alieni è un mestiere difficile, così come uccidere la forfora. Per questo noi giriamo sempre con lo shampoo Head & Shoulder." Fine. Il prodotto salva la situazione e la pubblicità del prodotto con i protagonisti come testimonial viene inserita alla fine del film creando un tutt'uno e riuscendo a divertire il pubblico stupendolo. Bello, interessante e geniale, ma non grideremo alla novità, al cambiamento o a chissà quale scandalo. Come al solito è solo un'ulteriore passaggio nell'evoluzione del product placement che dagli anni '70 in poi ha continuato ad elaborare strategie sempre più complesse per far interagire visibilmente attori e storie coi prodotti. Solo per dovere di cronaca (a questo serve la JMN & DY) possiamo dire che nessuna delle due idee è nuova e che ad esempio la Bud era l'unico modo per uccidere gli zombies in *Zombie party* di Rodd Matsui del 1989 e che Rod Tiddwell (Cuba Gooding jr.) interpreta una bellissima pubblicità della Reebok nel finale di *Jerry Maguire* (sempre che si abbia la pazienza di lasciar scorrere i primi '30 secondi di titoli di coda) Il caso *Evolution* non è l'unico caso in cui il prodotto riesce a resistere ai mostri e, se Head & Shoulder resiste alle invasioni aliene, il motorola è in grado di resistere ai succhi gastrici di un tirannosauro rex modificato geneticamente del *Jurassic Park III*, avvisando (in caso di chiamata) i protagonisti della sua vicinanza.

# CLASSIFICHE JMN & DY 2001

## SAPONI - DETERSIVI PRODOTTI DI BELLEZZA

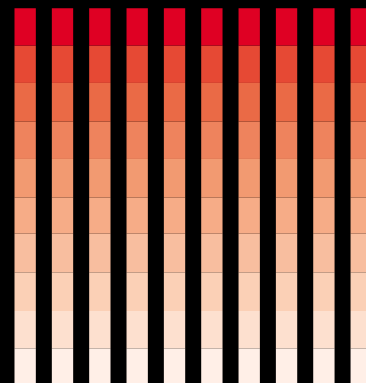
### La frase

"Potresti farti togliere il costume da un cocker"  
*Delroy Lindo in Heist*

Prodotti di bellezza, igiene e detersivi hanno avuto il loro boom in Italia negli anni '70 dove le docce delle protagoniste aprivano e chiudevano una buona parte dei film. Con gli anni le docce sono diminuite e i posizionamenti sono diventati via via sempre più interessanti. Anche nel 2001 abbiamo avuti posizionamenti semplici come Colgate comprato da Ben Stiller in *Ti presento i miei*, i flaconi di Cif nel bagno delle ragazze di *Beautiful creatures*, i cartelloni Persil durante la gara in Germania per Stallone in *Driven* o, visto che abbiamo deciso per quest'anno di allargare la categoria, i Tampax della Muti nel bagno del camper di *Domani*, ma, fra tanti casi "normali", abbiamo visto anche dei posizionamenti da oscar.

## I° HEAD & SHOULDER

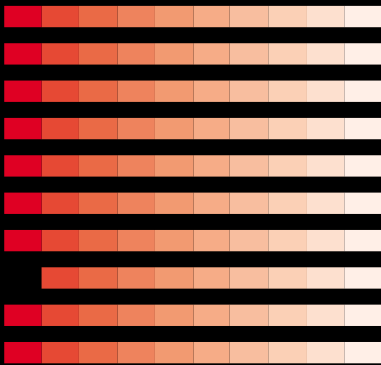
(**Evolution** - Regia: Ivan Reitman Interpreti: Julianne Moore, David Duchovny, Orlando Jones, Seann William Scott, Dan Aykroyd, Sarah Silverman. Riferimenti Dy's: numero 6) Invasione aliena da parte di organismi unicellulari che a poco a poco cominciano un'evoluzione che li porterà a diventare molto simili ai dinosauri. Seguendo la tavola degli elementi di Mendeleev alcuni studiosi scoprono che si possono uccidere con il selenio, ovvero con lo shampoo antiforfora Head & Shoulder. Oltre al film la pubblicità dello shampoo è arrivata anche nella pubblicità radiofonica della cassetta. Ottima mossa.



CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITÀ BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
**10**

Coefficiente DY's  
9.9

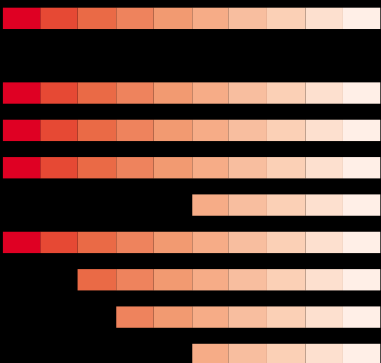


## II° MASTROLINDO

(La comunidad Regia: Axel De la Iglesia Interpreti: Carmen Maura, Eduardo Antuna, Jesús Bonilla, Paca Gabaldon, Emilio Gueterrez Caba, Roberto Perdomo. Riferimenti Dy's: numero 6) Un'agente immobiliare si trasferisce in un condominio dove scopre un cadavere. L'uomo morto aveva però nascosto un tesoro nel condominio e improvvisamente l'agente si trova in mezzo ad una congiura organizzata da tutti gli altri condomini per recuperarlo. Lei scopre dove trovarlo grazie alla pubblicità televisiva di Mastrolindo.

CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITA BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
7.5



## III° COPPERTONE

(Heist Regia: David Mamet Interpreti: Gene Hackman, Danny De Vito, Delroy Lindo, Rebecca Pidgeon, Emile Cassini. Riferimento Dy's: numero 6) Una banda di superladri capitanata da Gene Hackman alle prese con il loro ultimo grandioso colpo. Il problema è che non devono vedersela solo con gli sbirri ma anche con uno strano socio e la sua banda. Un film pieno di colpi di scena in perfetto stile Mamet. A Gene Hackman si propone di andare su di una spiaggia tropicale e farsi levare il costume da un cocker. Ricorda niente?

CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITA BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

# CLASSIFICHE JMN & DY 2001

## AUTO

### La frase

"Sai che differenza c'è fra la Ferrari e mia moglie? Che la Ferrari non se la fanno tutti."

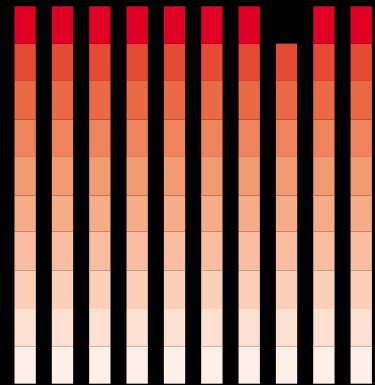
*Mel Gibson in What women want*

Le macchine sono da sempre state indispensabili per la realizzazione di un film partendo dalle gag degli slapsticks con le Ford modello T, fino ad arrivare alle BMW superequipaggiate degli ultimi film di James Bond. Fare una storia di tutte le auto (e le rispettive prestazioni) richiederebbe più di un volume. Nell'attesa del book di Dy's Chronicles dedicato alle auto rimandiamo come al solito al libro sulla comunicazione aziendale dal quale estraiamo questa curiosità: "...l'unico dato certo è che uno dei primi loghi di macchine ad apparire sullo schermo è stato quello della Mercedes che compare in primo piano in diversi film degli anni '30 come *Menschen am sonntag* (Robert Siodmak, Edgar G. Ulmer, Rochus Gliese, D, 1929), ed addirittura super esaltata in ogni momento in tutte le sue caratteristiche *Segreto ardente* (Brennendes Geheimnis, D, 1932)."

Essendo venute a mancare nel 2001 grosse operazioni di product placement comparativo (uno dei punti di forza di ogni spy story) la nostra classifica si è basata su macchine appositamente studiate o esaltate al massimo nelle proprie prestazioni.

### 1° HONDA

**(Fast and fouriors** Regia: Rob Cohen. Interpreti: Paul Walker, Vin Diesel, Michelle Rodriguez, Jordana Brewster, Rick Yune, Chad Lindberg, Ted Levine, Noel Guglielmi. Riferimenti Dy's: numero 6) Film d'azione su bande di guidatori folli e su una banda, quella della Honda Civic che assalta tir carichi di attrezzature Panasonic. Incredibile cosa può fare la banda della Civic che assalta i tir passandoci sotto in scene altamente spettacolari.



CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND

VISIBILITÀ BRAND

POSIZIONAMENTO BRAND

CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM

INTERAZIONI CON PROTAGONISTA

INTERAZIONI STORIA

ANALOGIE CON PROTAGONISTA

SUCCESSO FILM

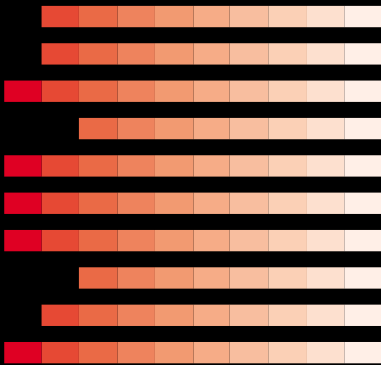
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE

RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
**9.9**



Coefficiente DY's  
9.3

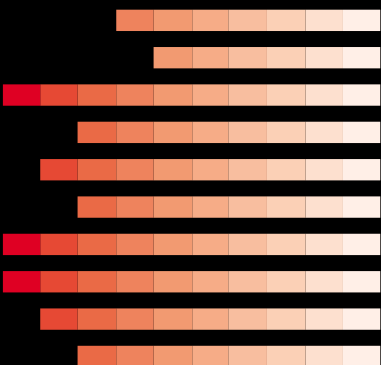


## II° GENERAL MOTORS

(Il sesto giorno Regia: Roger Spottiswoode. Interpreti: Arnold Schwarzenegger, Michael Rapaport, Tony Goldwyn, Michael Rooker, Sarah Wynter, Wendy Crewson. Riferimenti Dy's: numero 3) Nel futuro quando la clonazione animale è ormai una prassi, un pilota di elicotteri si trova incredibilmente di fronte ad un suo clone e a dei sicari che vogliono eliminarlo. Film in una fantascienza non troppo futura dove i modelli di macchine futuristiche vennero realizzati dalla General Motors. Uno dei classici casi in cui aziende e produzione collaborano attivamente.

**CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND**  
**VISIBILITÀ BRAND**  
**POSIZIONAMENTO BRAND**  
**CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM**  
**INTERAZIONI CON PROTAGONISTA**  
**INTERAZIONI STORIA**  
**ANALOGIE CON PROTAGONISTA**  
**SUCCESSO FILM**  
**COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE**  
**RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO**

Coefficiente DY's  
8.5



## III° ASTON MARTINI

(Tomb Raider - Regia: Simon West Interpreti: Angelina Jolie, John Voight, Noah Taylor, Daniel Craig, Richard Johnson, Julian Rhind-Tutt. Riferimenti Dy's: numero 7) Film tratto da uno delle più importanti saghe di videogiochi di questi ultimi anni. La bella, ricca, atletica, miliardaria archeologa Lara Croft alle prese con una nuova missione. Visto che può permettersi ciò che vuole Lara guida una Aston Martin.

**CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND**  
**VISIBILITÀ BRAND**  
**POSIZIONAMENTO BRAND**  
**CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM**  
**INTERAZIONI CON PROTAGONISTA**  
**INTERAZIONI STORIA**  
**ANALOGIE CON PROTAGONISTA**  
**SUCCESSO FILM**  
**COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE**  
**RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO**

# CLASSIFICHE JMN & DY 2001

## COMPAGNIE PETROLIFERE

### La frase

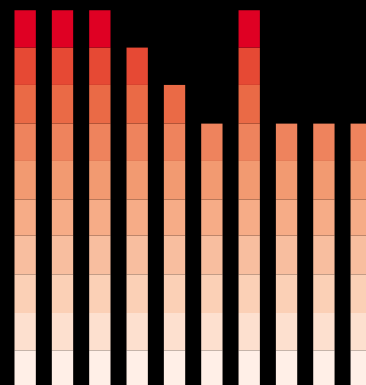
"Bisogna fare benzina"

Brigitte Catillon in *De l'histoire ancienne*

Come per le auto, il 2001 non è stato un anno esaltante per il product placement delle compagnie petrolifere che sono comparse in molti film europei (il cartello BP appare più volte in *Blue le ciel* di Dominique Boccarosa, dove la compagnia petrolifera viene anche ringraziata nei titoli finali) e orientali ma che raramente hanno fornito, come spesso succedeva in passato scene spettacolari. La più bella apparizione dell'anno spetta sicuramente ad un distributore storico di benzina Sun Ray che appare nella base navale di Pearl Harbor e che fa da catalizzatore per la storia d'amore. Peccato non poterlo catalogare. Anche per quanto l'Italia ci sono stati dei semplici passaggi che potevano essere meglio evidenziati, come il ristorante in cui si ferma la protagonista di *Una lunga, lunga, lunga notte d'amore* (Agip, peccato che poi nel corso del film si faccia benzina alla Esso) o il distributore Tamoil per Ceccherini e Pieraccioni ne *Il principe e il pirata*.

### 1° TEXACO

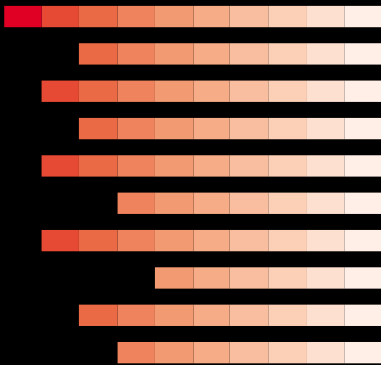
(*Driven* - Regia: Renny Harlin. Interpreti: Sylvester Stallone, Burt Reynolds, Kip Pardue, Stacy Edwards, Gina Gershon. Riferimenti Dy's: numero 6) Stallone ex campione di gare automobilistiche che ritorna in campo. Fiera delle brand. Non siamo ancora riusciti a catalogarle tutte, ma tra le più evidenti, trattandosi poi di un film sulle corse, c'è Texaco.



CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITÀ BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
**8.5**

Coefficiente DY's  
8.1

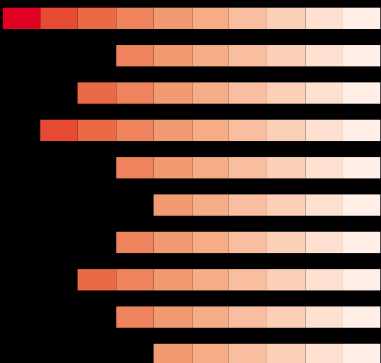


## II° TOTAL

(De l'histoire ancienne Regia: Orso Miret. Interpreti: Yann Goven, Oliver Gourmet, Brigitte Catillon, Martine Audrain, Jocelyne Desverchere, Katty Lousiel. Riferimenti Dy's: numero 4) Film acid sulla morte e sulla memoria. Il film parla di una famiglia alle prese con tutte le operazioni che seguono la morte di un congiunto. Fra questi c'è anche quella di fare benzina ad un distributore Total (appena dopo aver ritirato l'urna cineraria) e di soffermarsi per chiarirsi e per telefonare.

CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITÀ BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
7.5



## III° SHELL

(Lat sau wui cheun Regia: Johnny To. Interpreti: Ekin Cheung, Jordan Chan, Cecilia Cheung, Raymond Wong, Shiu Hung Hui, Suet Lam, Emma Ong, Yvonne Ong) Storia demenziale di un ospedale sullo stile "Aereo più pazzo del mondo", dove storie di medici, infermieri, poliziotti, malati e barboni che a poco a poco diventano ricchi intellettuali, si intrecciano in una serie di gag. Shell compare più volte a far da spalla ai protagonisti.

CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITÀ BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

# CLASSIFICHE JMN & DY 2001

## COMPUTER

### La frase

"Te l'avevo detto che mi serviva il portatile"

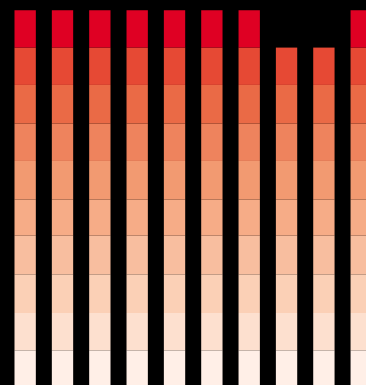
*Richard Anconina mostrando il suo portatile AST in Six-pack*

L'utilizzo del product placement per i computer è ovviamente molto recente, ma le industrie in questione hanno saputo recuperare egregiamente il tempo perduto posizionando i computer in grado di compiere prestazioni eccezionali. Anche il 2001 non è stato da meno e i computer hanno dato ancora una volta il meglio di se a cominciare dall'AST della frase che metteva in condizione di creare l'identikit di un pericoloso serial killer, fino al DELL che metteva in comunicazione Boldi e Salvi con la famiglia rimasta a casa in Merry Christmas.

Il caso più curioso dell'anno sul quale stiamo indagando riguarda il film giapponese di Andrew Lau *Sausalito* nel quale oltre ad esserci i computer, la pubblicità di IBM compare anche sul tetto di un taxi. Nel DVD del film il fermoimmagine sul cartello è uno dei cambi di scena.

### 1° IBM

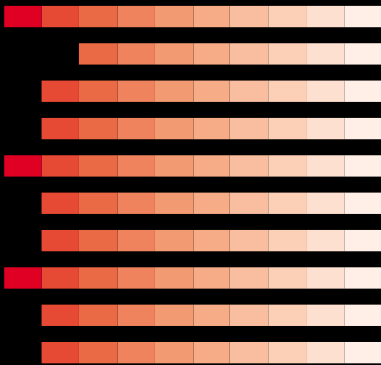
(Il collezionista di ossa - Regia: Phillip Noyce. Interpreti: Angelina Jolie, Denzel Washington, Queen Latifah, Michael Rooker, Mike McGlone) Un serial-killer si aggira per New York seminando indizi riguardanti di volta in volta la vittima successiva. Un super investigatore paralizzato sull'orlo del suicidio, Lincoln Rhyme, decide di aiutare la giovane poliziotta Amelia Donaghy a trovare l'assassino. Bel film che però dimentica di spiegare esattamente le motivazioni del colpevole, cosa che nel romanzo di Jeffrey Deaver era spiegato perfettamente. Essendo costretto al letto, Lincoln Rhyme, ha bisogno di tutta la tecnologia IBM per poter aver sotto controllo cosa succede per le vie di New York.



CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITÀ BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
**9.8**

Coefficiente DY's  
9.2

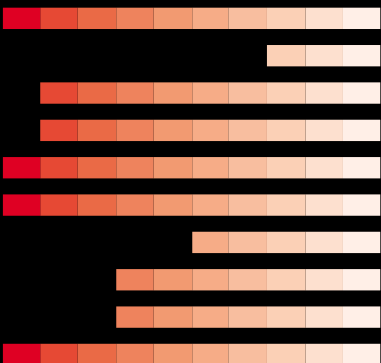


## II° IBM

(The hole Regia: Nick Hamm. Interpreti: Thora Birch, Keira Knightley, Desmon Harrington, Daniel Brocklebank, Laurence Fox, Embeth Davitz. Riferimenti Dy's: numero 6) Due ragazzi e due ragazze di un college inglese decidono di passare un week-end tutto alcol, droga e sesso in un bunker sotterraneo. Qualcosa però non torna e i quattro rimangono chiusi nel sottosuolo. Per far sparire le loro tracce i quattro chiedono aiuto ad un loro amico genio del computer che attraverso due portatili IBM riesce a violare sistemi della scuola e a fornire giustificazioni ai quattro.

CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITÀ BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
8.0



## III° APPLE

(Thomas est amoureux Regia: Pierre-Paul Renders. Interpreti: Benoit Verhaert, Aylin Yay, Magalli Pinglaut, Michelin Hardy, Alexandre Von Sivers, Frederick Topart) Il giovane Thomas Thomas soffre di agorafobia e comunica col mondo solo attraverso internet praticando il sesso virtuale. Un film strano e una nomination strana in quanto Apple non è visibile ma viene ringraziato nei titoli di coda... e per un film che si basa su computer ed internet non è male.

CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITÀ BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

# CLASSIFICHE JMN & DY 2001

## ELETTRONICA

### La frase

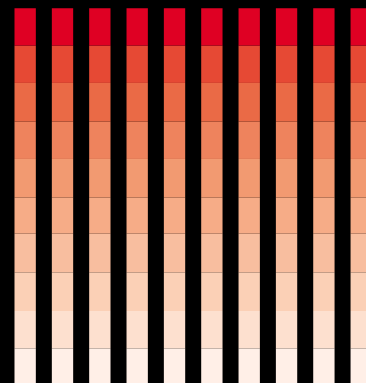
"Apri gli occhi"

*Radiosveglia Philips a Tom Cruise in Vanilla Sky*

Abbiamo esteso per quest'anno la classifica elettronica (nella quale di solito comprendevamo solo l'elettronica nera) anche all'elettronica bianca e ai videogiochi, in quanto queste ultime due categorie apparivano di rado e (salvo in alcuni periodi storici o cinematografie particolari) non troppo in evidenza. Ma la tendenza sta cambiando e a poco a poco si sta assistendo ad una rimonta sia dei videogiochi (era normale) che dell'elettronica bianca. Come non apprezzare il lussuoso frigo Ultraline 1200LR della Norcold che fa bella mostra nel lussuoso attico dello psicopatico Patrick Bateman di *American Psycho* o la Playstation con cui giocano le guardie del corpo di Trish O'Day in *Romeo deve morire*. Speriamo che la tendenza continui e che il 2002 ci permetta magari di dedicare uno speciale anche all'elettronica bianca.

### 1° SONY

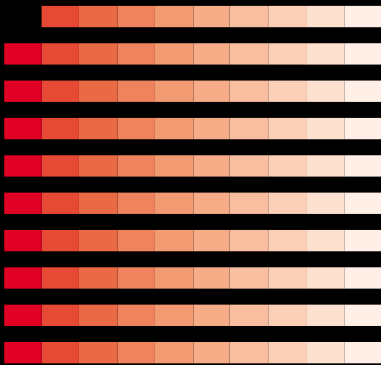
**(Final Fantasy** Regia: Hironobo Sakaguchi, Moto Sakakibara. Interpreti: Personaggi della saga dei videogiochi. Riferimenti Dy's: numero 6) Tratto come Tomb Raider da una delle più famose saghe di videogiochi, il film narra dell'ultima resistenza (e degli ultimi eroi) terrestre per difendere il mondo da una sorta di spettri alieni. Il product placement è già vincente essendo stato portato sullo schermo uno dei giochi di punta di Playstation. Come se non bastasse durante uno dei giri di perlustrazione nella New York distrutta, l'eroina vede un megacartello Pepsi-Cola e un megacartello Sony.



CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND  
VISIBILITÀ BRAND  
POSIZIONAMENTO BRAND  
CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM  
INTERAZIONI CON PROTAGONISTA  
INTERAZIONI STORIA  
ANALOGIE CON PROTAGONISTA  
SUCCESSO FILM  
COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE  
RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO

Coefficiente DY's  
**10**

Coefficiente DY's  
9.9

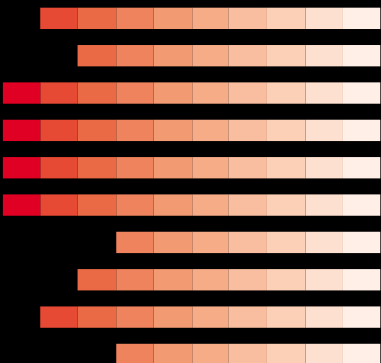


## II° PHILIPS

(**Ocean's eleven** - Regia: Steven Soderbergh. Interpreti: George Clooney, Brad Pitt, Julia Roberts, Elliott Gould. Riferiment Dy's: numero 8) Remake di un famoso film con Frank Sinatra e Dean Martin. Danny Ocean, un mago del furto esce di prigione con l'obiettivo di farla pagare ad un magnate di Las Vegas che gli ha rubato la moglie. Organizza così una banda di 11 esperti del furto per rapinare il suo fiora all'occhiello, il Bellagio, ovvero il più bel casinò di Las Vegas. Il casinò però è protetto da sofisticate attrezzature Philips. Come sconfiggere un così temibile avversario se non utilizzando a loro volta attrezzature Philips?

**CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND**  
**VISIBILITA BRAND**  
**POSIZIONAMENTO BRAND**  
**CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM**  
**INTERAZIONI CON PROTAGONISTA**  
**INTERAZIONI STORIA**  
**ANALOGIE CON PROTAGONISTA**  
**SUCCESSO FILM**  
**COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE**  
**RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO**

Coefficiente DY's  
8.8



## III° NEC

(**The triad zone** Regia: Dante Lam. Interpreti: Tony Leung Ka Fai, Sandra Ng Kwan Yue, Anthony Wong Chau-Sang, Eason Chan, San-san Lee, Koo Jo, Siu Kay Lee) Classica storia di gangster hongkonghese iperviolenta con sparatorie, lotte e tutto il resto. Il particolare di questo film sta però nella forte dose di umorismo con cui è condita l'iperviolenza. Fra le scene indimenticabili c'è quella in cui due scagnozzi tentano di far risorgere il capo con un televisore Nec.

**CORRISPONDENZA CON TARGET DI RIFERIMENTO BRAND**  
**VISIBILITA BRAND**  
**POSIZIONAMENTO BRAND**  
**CARATTERIZZAZIONE BRAND RISPETTO A TARGET FILM**  
**INTERAZIONI CON PROTAGONISTA**  
**INTERAZIONI STORIA**  
**ANALOGIE CON PROTAGONISTA**  
**SUCCESSO FILM**  
**COINVOLGIMENTO EMOTIVO SPETTATORE**  
**RAFFORZAMENTO IMMAGINE PRODOTTO**

# FILM

A better tomorrow	5; 6		
A change of heart	6; 4		
A.I.	6; 2		
A spasso nel tempo	8; 15		
A spasso nel tempo - L'avventura continua	2; 7 - 8; 16		
Acqua e sapone	5; 18		
Age d'or	5; 24		
Agente 007 - Una cascata di diamanti	8; 5; 20		
Agua e sal	6; 3		
Airport	5; 3		
Alien	7; 19 - 8; 24		
All the way	5; 3; 6		
American beauty	7; 6; 8		
American pie 2	7; 3; 2		
Amici Ahrarara	4; 3 - 8; 20		
Amore a prima vista	7; 7		
Amore di prima classe	8; 17		
Amore è più freddo della morte	6; 16		
Amore quasi perfetto	6; 15		
Amy	7; 27		
Anni 90	8; 15		
Anni 90 parte seconda	8; 15		
Apple knockers and coke	5; 18		
Apri gli occhi	8; 4		
Arma letale	5; 16		
Arma letale 2	6; 3; 9		
As moving ahead occasionally I saw brief glimpses of beauty	6; 4		
Atlantis	7; 11; 17		
Atomica sulla Mercedes	3; 20		
Austin Power	4; 2		
Austin Power 3	7; 17		
Avalon	8; 24		
Avventure di Bianca e Bernie	3; 9		
Avviso di chiamata	6; 16		
Bacio della pantera	8; 35		
Bad company	6; 7		
Baie des anges	4; 8		
Balla coi lupi	5; 16		
Banana Joe	3; 25		
Bandiera gialla	4; 12		
Bandits	7; 3; 2		
Bankog dangerous	5; 6		
Basic instint	5; 6		
Batman Year one	7; 17		
Battle of the love return	8; 35		
Behind the green door	3; 20		
Belfagor	6; 17		
Bel... paese	8; 13		
Betty Boop for president	4; 10		
Betty love	7; 4		
Billy Elliot	3; 20		
Blade runner	6; 16		
Blaise Pascal	8; 16		
Blow	1; 17		
Blue le ciel	4; 5		
Body guards	1; 3 - 8; 16		
Bond 2000	7; 17		
Bordella	8; 17		
Born to be a king	5; 2; 6		
Borotalco	8; 17		
Bounce	6; 19		
Bowfinger	6; 37		
Brautighn die komodiantin und der zuhalter	6; 7		
Breché de Roland	4; 5		
Breve vacanza	8; 16		
Brother	1; 1		
BW2 - Il libro segreto delle streghe di Blair	1; 1		
Buffy the vampire slayer	3; 13 - 4; 2		
Buio si avvicina	4; 16		
Bullet over summer	8; 8		
C'è post@ per te	5; 8 - 6; 16		
Cameraman e l'assassino	4; 3		
Candy goes to Hollywood	7; 2; 9		
Canicola	6; 2; 1		
Caruso zero in condotta	4; 1		
Casa 3	5; 16		
Cast Away	2; 4 - 3; 3		
Casta e pura	3; 18		
Centerspread girls	8; 20		
Chi ha incastrato Roger Rabbit?	3; 9 - 8; 40		
Chi si ferma è perduto	3; 6		
Chicken Park	8; 2		
Chiedimi se sono felice	1; 2; 3 - 3; 6		
Chimpira	1; 1		
Chocolat	4; 1		
Ci risiamo vero. Provvidenza?	1; 16		
Città verrà distrutta all'alba	5; 3		
Clear my name coroner!	1; 1		
Clerks	1; 1		
Codice sworfish	3; 20		
Coed Fever	3; 20		
Colpo grosso	8; 8		
Colt in mano al diavolo	8; 1		
Come ti rapisco il pupo	8; 1		
Comiche 2	1; 1		
Commedia sexy	1; 1		
Commedianti	1; 1		
Compagna di banco	1; 1		
Compleanno da ricordare	1; 1		
Comunidad	1; 1		
Con gli occhi dell'assassino	1; 1		
Contact	1; 1		
Conviene far bene l'amore	1; 1		
Coppa	1; 1		
Così è la vita	3; 6 - 3; 9		
Cosmic man	5; 3		
Crash landing	5; 3		
Criminali da strapazzo	3; 20		
Crociera superséxy	3; 20		
Cross fire	5; 1		
Cruel intention	3; 13 - 7; 17		
Cucciolo	8; 16		
Cugina	8; 17		
Cuon in Atlantide	4; 40		
Dal tramonto all'alba	4; 19		
Day the earth stood still	8; 31		
De l'histoire ancienne	4; 3		
Deep impact	4; 3		
Demone sotto la pelle	4; 3		
Devil in Miss Jones	4; 3		
Di che segno sei?	4; 3		
Dia de la bestia	4; 3		
Diamanti nella notte	4; 3		
Diapason	4; 3		
Diario di Bridget Jones	7; 1		
Dinamite bionda	4; 3		
Distance	4; 3		
Distretto 13 le brigate della morte	4; 3		
Dogma	4; 3		
Dolce vita	4; 3		
Domani	4; 3		
Domani non muore mai	6; 20; 37		
Donna del delitto	4; 3		
Donne sull'orlo di una crisi di nervi	4; 3		
Dracula's legacy	4; 3		
Dream house	4; 3		
Driven	6; 9; 17		
Dubbel-8	4; 3		
Due carabinieri	4; 3		
Due occhi diabolici	4; 3		
Due rringos nel Texas	4; 3		
Duel	5; 5		
Duovo agua fluvial	4; 3		
Duri a morire	4; 3		
Edesso sesso allora mambo	4; 3		
Eccellente veramente	4; 3		
E ora straniero fai il segno della croce	4; 3		
Elemento del crimine	4; 3		
Elisabeth	4; 3		
Emmanuelle e le porno notti	4; 3		
Emploi du temps	4; 3		
Emma	4; 3		
Erin Brockovich	4; 3		
Esercito più pazzo del mondo	4; 3		
Escorista	4; 3		
Essi vivono	4; 3		
Evolution	6; 9; 15		
Accia da Picasso	6; 9; 15		
Facully	6; 9		
Fate ignoranti	6; 9		
Fatti, stratuffi, strafiche	5; 2; 2		
Fantasma dell'opera	6; 2		
Fantasma da Marte	6; 2		
Faret vampire	6; 2		
Fast and furious	6; 2		
Fate ignoranti	6; 2		
Febbre da cavallo	1; 3		
Fetch a pail of water	5; 5		
Fight club	5; 5		
Flig	6; 16		
Film fantasy	6; 16		
Flintstone	6; 16		
Follia di Henry	6; 16		
Fortune teller	6; 16		
Foto di Gioia	6; 16		
Foul king	6; 16		
Racchia la belva umana	3; 5		
Fratelli d'Italia	3; 5		
Fratello dove sei?	3; 5		
Frenesia dell'estate	3; 5		
From the Queen to the chief executive	3; 5		
Fuggitivo della missione impossibile	3; 5		
Full monty	3; 5		
Fuochi d'artificio	3; 5		
Futuro è donna	3; 5		
Gatto a nove code	3; 5		
Gege	3; 5		
Geig	3; 5		
Giorni contati	3; 5		
Giovannino	3; 5		
Gola profonda	3; 20		
Goldeneye	3; 20		
Core gore girls	3; 20		
Core gore girls	3; 20		
Grande dittatore	3; 20		
Grandi magazzini (1939)	3; 20		
Granite hotel	4; 4		
Crazie... nonna!	4; 4		
Crazie signora tatcher	4; 4		
Grizzly 2	4; 4		
Grozy	4; 4		
H story	4; 4		
Halloween 5 - The revenge of Michael Meyer	4; 4		
Hannibal	4; 4		
Happy end	4; 4		
Harley Davidson & Marlboro man	7; 10 - 8; 24		
Larry Potter e la pietra filosofale	7; 10 - 8; 24		
Larry Potter e la camera dei segreti	7; 10 - 8; 24		
Larry Potter e il prigioniero di Azkaban	7; 10 - 8; 24		
Larry Potter e il calice di fuoco	7; 10 - 8; 24		
Heist	7; 10 - 8; 24		
Hiruko the goblin	6; 8		
Hole	6; 8		
Hole in the sky	6; 8		
Love Beijing	6; 8		
dolo infranto	6; 8		
Idioti	6; 8		
kinai	6; 8		
In the mood for love	6; 8		
Indiana Jones e l'ultima crociata	6; 8		
Independence days	6; 8		
Intervista col vampiro	6; 8		
Invasione degli ultracorpi	6; 8		
Invincibile	6; 8		
Io ti salverò	6; 8		
Io tigo, tu tigi egli tigia	6; 8		
Il The terror from beyond	6; 8		
Jack lo squartatore	6; 8		
Jalla Jalla	6; 8		
Jerry Maguire	6; 8		
Join security area	6; 8		
Joueur de flute	6; 8		
Juliet in love	6; 8		
Jurassic Park 3	6; 8		
Kiss of the dragon	6; 8		
Krampack	6; 8		
Kruh in mleko	6; 2; 14		
Lady oscar	6; 2; 14		
Leon	6; 2; 14		
Liceale nella classe dei ripetenti	6; 2; 14		
Licenza di uccidere	6; 2; 14		
Liquinzia	6; 2; 14		
Lise et André	6; 2; 14		
Lojn du Vietnam	6; 2; 14		
Loia	6; 2; 14		
Lost souls - La profezia	6; 2; 14		
Lucignolo	6; 2; 14		
Luna di miele in tre	6; 2; 14		
Luna rossa	6; 2; 14		
Lunga, lunga, lunga notte d'amore	6; 2; 14		
Madama	6; 2; 14		
Maddalena zero in condotta	6; 2; 14		
Mademoiselle de Rochefort	6; 2; 14		
Mahizeiten	6; 2; 14		
Maitresse	6; 2; 14		
Making of Mean season	6; 2; 14		
Malato immaginario	6; 2; 14		
Maledetta estate	6; 2; 14		
Maledizione dello scorpione di giada	6; 2; 14		
Mano dello straniero	6; 2; 14		
Marito ideale	6; 2; 14		
Maschio, femmina, fiore, frutto	6; 2; 14		
Matrix	3; 3		
Matrix reloaded	3; 3		
Matrix revolutions	3; 3		
Mavis sikintisi	3; 3		
Memento	3; 3		
Men in black	3; 3		
Merry Christmas	3; 3		
Messe noire	3; 3		
Metropolis	3; 3		
Mi faccia causa	3; 3		
Ma moglie è una bestia	3; 3		
Mio west	3; 3		
Miracolo a Milano	3; 3		
Miracolo della 34 strada	3; 3		
Miriam si sveglia a mezzanotte	3; 3		
Mission impossibile	3; 3		
Mission impossibile 2	3; 3		
Monday	3; 3		
Mondo non è abbastanza	3; 3		
Monsieur Chisciotte	3; 3		
Montecarlo gran casinò	3; 3		
Monthly Python - The meaning of life	3; 3		
Morsa del ragno	3; 3		
Mosqueter au restaurant	3; 3		
Moster from green hell	3; 3		
Mourir (o no)	3; 3		
Movie rush - La febbre del cinema	3; 3		
Mucchio selvaggio	3; 3		
Mummia - Il ritorno	3; 3		
Naked killer	3; 3		
Nemiche amiche	3; 3		
Nessuno è perfetto	3; 3		
Niente da dichiarare	3; 3		
Nightmare	3; 3		
Ninety-nine2one	3; 3		
No smoking	3; 3		
Noir vaut 2 blanche	2; 2		
Nonhosonno	2; 2		
Nosteratu	2; 2		
Nostigatu	2; 2		
Nostri anni	2; 2		
Nostro agente all'Avana	2; 2		
Nostro matrimonio è in crisi	2; 2		
Nostro super agente Flint	2; 2		
Occhi di Laura Mars	2; 2		
Occhi senza volto	2; 2		
Occhio alla Ferestrojka	2; 2		
Occupati di Amelia	7; 11		
Ocean's eleven	7; 11		
Ogni lasciato è perso	7; 11		
Ombra del vampiro	7; 11		
Omicidio a luci fosse	7; 11		
Opea	7; 11		
Opea 1984	6; 2; 17		
Others	6; 2; 17		
Otto e mezzo	6; 2; 17		
Otto e mezzo women	6; 2; 17		
Out of the inkwell	6; 2; 17		
Pantera rosa colpisce ancora	6; 2; 17		
Paparazzi	6; 2; 17		
Papaplus de Cherboug	6; 2; 17		
Pans vu par	6; 2; 17		
Passion	6; 2; 17		
Patto coi lupi	6; 2; 17		
Paulina 1880	6; 2; 17		
Peau d'ane	6; 2; 17		
Peart Harbor	6; 2; 17		
Peccato che sia una canaglia	6; 2; 17		
Penetrator 2 - The grudge day	6; 2; 17		
Pepe francese	6; 2; 17		
Perfetti innamorati	6; 2; 17		
Persona	6; 2; 17		
Phenomena	6; 2; 17		
Phenomenon	6; 2; 17		
Pianeta delle scimmie	6; 16		
Pic nic	6; 16		
Piovra nera	6; 16		
Pisces	6; 16		
Playgirls 2	6; 16		
Plésentiville	6; 16		
Pokemon	6; 16		
Poliziotti violenti	6; 16		
Pompiers	6; 16		
Pompiers 2 Missione eroica	6; 16		
Porto de minha infancia	6; 16		
Prestami tua moglie	6; 16		
Prima o poi mi sboso	6; 16		
Primo uomo sulla luna	6; 16		
Principe e il pirata	6; 16		
Profondo rosso	2; 2		
Pronto all'azione	2; 2		
Prosciutto prosciutto	2; 2		
Pulp fiction	3; 16		
Punishment of Anne	3; 16		





Qualcuno volò sul nido del cuculo 2; 7  
 Quem es tu? 5; 7  
 44 magnum per l'ispettore Callaghan 2; 7  
 Quattro mosche di velluto grigio 2; 7  
 Quei bravi ragazzi 2; 7  
 Quindici minuti - follia omicida a New York 2; 7  
 Quinto potere 2; 7  
 Ragazza fuoristrada 2; 7  
 Ragazzo di campagna 2; 7  
 Rai man 2; 7  
 Rai race 2; 7  
 Residence evil: ground zero 2; 7  
 Return of horror high 2; 7  
 Ricky e Barabba 2; 7  
 Ring 2; 7  
 Ritorno al futuro 2; 7  
 Ritorno dei pomodori assassini 4; 13 -  
 Robocop 2; 7  
 Rocky horror picture show 2; 7  
 Roma città libera 2; 7  
 Romeo deve morire 2; 7  
 R.Q.R. 2000 e mezzo anni fa 2; 7  
 Sabrina 2; 7  
 Santa Maradona 2; 7  
 Sapore di mare 2; 7  
 Saranno famosi 5; 7 -  
 Sausilto 2; 7  
 Saxofone 2; 7  
 Scarry movie 2; 7  
 Scarry Movie 2 2; 7  
 Scatola nel deserto 2; 7  
 Sent of the woman 2; 7  
 Sex & Zen 2; 7  
 Score 01 2; 7  
 Scream 2; 7  
 Scuola di ladri 2; 7  
 Scuola di ladri 2 1; 3 - 3  
 Se scappi ti sposo 2; 7  
 Sei donne per l'assassino 2; 7  
 Sex & Zen 2; 7  
 Shaolin temple 2; 7  
 Shrek 2; 7  
 Shrek - ai impegni per venerdì 17? 2; 7  
 Si ringrazia la regione Puglia per averci fornito i milanesi 2; 7  
 Signora dagli occhi di velluto 6; 13 -  
 Signore degli anelli - La compagnia dell'anello 7; 11 - 8; 22  
 Signore degli anelli - Le due torri 7; 11 - 8; 22  
 Signore degli anelli - Il ritorno del re 7; 11 - 8; 22  
 Syndrome di Stendhal 2; 3  
 Skyline cruiser 5; 7 - 3  
 Smoking 2; 3  
 So cosa hai fatto 3; 13 -  
 Sognando la California 2; 7  
 Soliti ignoti 2; 7  
 Solo tu 2; 7  
 Sonnambuli 2; 7  
 Sono fotogenico 2; 7  
 Sorella cara 2; 7  
 South Kensington 2; 7  
 South Park: Bigger, Longer & uncut 7; 22 - 8; 40  
 Space travellers 7; 22 - 8; 40  
 Speed 5; 3  
 Spellbound 5; 3  
 Spice world 5; 3  
 Spider man 5; 3  
 Stanza del figlio 4; 3  
 Star 80 7; 28  
 Star Trek nemesis 7; 28  
 Star wars - L'attacco dei cloni 7; 17  
 Star wars - La minaccia fantasma 7; 17  
 Staying alive 7; 20  
 Stigmata 7; 20  
 Sturmtruppen 7; 20  
 Sturmtruppen 2 - Tutti al fronte 7; 20  
 Summer holiday 7; 20  
 Suspiria 7; 20  
 Sweet november 5; 8 -  
 Tandem 7; 20  
 Tarantula 7; 20  
 Taxi driver 5; 7  
 Teen vamp 4; 3  
 Teenage hitch-hickers 4; 3  
 Tempi moderni 4; 3  
 Tenebre 4; 3  
 Tenente dei carabinieri 4; 3  
 Terminator 3: the rise of the machines 8; 14  
 Terzo uomo 7; 17  
 Tesi 4; 7  
 Teste di cuoio 4; 7  
 Ti presento i miei 8; 16  
 Tifosi 8; 16  
 Tigre e il dragone 8; 16  
 Timeless melody 8; 16  
 Titanic 8; 16  
 Tokyo raiders 8; 16  
 Tomb raider 8; 16  
 Tornando a casa 7; 11 - 17  
 Tra noi due tutto è finito 8; 21  
 Raining day 6; 2 - 7; 27  
 Rappolla criminale 6; 2 - 7; 27  
 Raluma 6; 2 - 7; 27  
 Re 6; 2 - 7; 27  
 Tre tigri contro tre tigri 8; 21  
 Tre uomini e una gamba 8; 21  
 Trois places pour le 26 4; 3  
 Truman Show 6; 37  
 Tuo vizio la stanza è chiusa e solo io ne ho la chiave 8; 34 -  
 Tutti gli uomini del deficiente 8; 21  
 Twenty Century nostalgia 6; 5  
 Uccello dalle piume di cristallo 2; 3  
 Ultimo bacio 3; 20  
 Unbreakable - Il predestinato 1; 3  
 Une chambre en ville 4; 8  
 Ultima lezione 7; 27

Ultimo bacio 4; 19  
 Uno, due, tre 4; 19  
 Untold story 4; 19  
 Untold story 2 4; 19  
 Untold story 3 4; 19  
 Untold story 4 4; 19  
 Uomini, uomini, uomini 4; 19  
 Uomini sono ingrati 4; 19  
 Uomo che non c'era 4; 19  
 Uomo che piange 4; 19  
 Uomo in più 4; 19  
 Vacanze di Natale 4; 19  
 Vacanze di Natale '90 4; 19  
 Vacanze di Natale '91 4; 19  
 Vacanze di Natale '95 4; 19  
 Vacanze di Natale 2000 3; 5 -  
 Vai e uccidi 4; 19  
 Valenti 4; 19  
 Valgatten 4; 19  
 Vampira 4; 19  
 Vampira 2 4; 19  
 Vanilla sky 4; 19  
 Vengo 7; 27  
 Verboden te zuchten 4; 19  
 Vera storia di Jack lo squartatore 8; 24  
 Verità nascoste 3; 20 -  
 Vertical limits 3; 20 -  
 Viaggio a Kandahar 4; 8  
 Viaggio di Felicia 4; 8  
 Viale del tramonto 4; 8  
 Videodrome 4; 8  
 Violentemente mia 4; 8  
 Volatore di acquiloni 4; 8  
 Working life 4; 8  
 What women want 3; 3 - 4; 2 - 5; 8 - 6; 9  
 Whiteout 4; 8  
 Wicker man 4; 8  
 Winchester '73 5; 16  
 Woman on the tin roof 5; 16  
 Woman of mud 5; 16  
 Wu yen 4; 8  
 X-men 7; 16  
 X-men 2 5; 16  
 X-men 3 5; 16  
 Y tu mama tambien 6; 3  
 Yi yi 7; 27  
 Yuppies - Giovani di successo 7; 27  
 Yuppies 2 7; 27  
 Zawazawa shimokitazawa 6; 9  
 Zombi 6; 9  
 Zombi party 6; 15 -

Club 8; 30 -  
 Conan O'Brian Show 7; 22 - 8; 4 -  
 Consigli per gli acquisti 4; 14 -  
 David Letterman Show 6; 27; 31 -  
 Discoradio buonogiorno 5; 18 - 8; 38 -  
 Festival di San Remo 4; 14 - 8; 32 -  
 Galà della pubblicità 3; 15 - 8; 12 -  
 Grande fratello 3; 5 - 6; 1; 25 - 7; 30 - 8; 30 -  
 Iene 6; 31 - 8; 12 -  
 Indietro tutta 4; 12 -  
 Loft story 6; 34 -  
 Lunga notte dei trailers 7; 26 -  
 Macchina del tempo 7; 10 -  
 Mai dire... 4; 12 - 6; 24 - 8; 12 -  
 Maurizio Costanzo Show - Prima Serata 8; 30 -  
 Mmmhh! 8; 28 -  
 Non stop 8; 28 -  
 Notte dei pubblivori 3; 15 -  
 Notte proibita 5; 18 -  
 Passaparola 7; 10 -  
 Porta a porta 3; 20 - 4; 19 - 5; 21 - 6; 3; 29; 31 - 8; 32 -  
 Protagonista 7; 10 - 8; 39 -  
 Quelli che il calcio 6; 35 -  
 Quelli della notte 3; 14 -  
 Ruota della fortuna 4; 12 -  
 Satiricon 8; 32 -  
 Striscia la notizia 3; 14 -  
 Tacchi a spillo 1; 1 - 3; 14 - 5; 16 -  
 Torno sabato 8; 12 -  
 Volò di sera 8; 12 -  
 6; 28 -

## EVENTI - TEATRO - MOSTRE

Anteprima Bovisa 6; 38 -  
 Aria spinta 5; 20 -  
 Artisti brasiliani - Villa delle rose Bologna 6; 31 -  
 Bergamo film meeting 3; 1 - 4; 1, 14 -  
 Biennale di arte contemporanea di Venezia 6; 21 - 8; 29 -  
 Cinema per la città - Lecco 6; 15 -  
 7; 27 -  
 Cinemamed - Bologna 3; 14 -  
 I corti di Aldo, Giovanni e Giacomo 1; 2 -  
 Dio - Fondazione teatro due - Parma 7; 25 -  
 Far east festival - Udine 3; 2 - 5; 1 -  
 Grifoni film festival 7; 27 -  
 Happening internazionale dell'underground - Milano 6; 27 -  
 Lecco arte festival 5; 20 -  
 Mostra del cinema ritrovato Bologna 8; 28 -  
 Mostra internazionale del cinema di Venezia 6; 1 -  
 Mostra internazionale del nuovo cinema - Pesaro 6; 4 -  
 Mostra La Chapelle 7; 30 -  
 Otello - Teatro clandestino 4; 13 -  
 Potevo rimanere offeso 7; 32 -  
 Rocky Horror Picture Show 6; 30 -  
 Sundace Film Festival 3; 13 -  
 Sui Generis 3; 15 -  
 The Cleaner 3; 15 -

## LIBRI - FUMETTI - GIORNALI

Adenoidi 4; 14 -  
 Alan Ford 8; 39 -  
 Amarcord 3; 12 -  
 Black 7; 24 -  
 Blitz 8; 13 -  
 Bulgari connection 6; 30 -  
 Carnet 6; 29 -  
 Centouno cose da evitare ad un funerale 4; 14 -  
 Chip 1; 1 -  
 Corriere della sera 1; 1 - 3; 14 -  
 D 8; 29 -  
 2000 Maniacos 3; 13 -  
 Famiglia cristiana 8; 36 -  
 Filmfax 4; 12 -  
 Frigidare 5; 20 -  
 Gin Fizz 8; 13 -  
 Girl with no libido 4; 11 -  
 Harry Potter e la pietra filosofale 7; 10 -  
 Jay & Silent Bob 5; 18 -  
 Julia 3; 12 -  
 Ken Parker 3; 12 -  
 Kerosene 4; 11 -  
 Lancio story 6; 27 -  
 Lunga rotta 6; 24 -  
 Maus 5; 26 -  
 Max 8; 39 -  
 Monde 5; 2 -  
 Nathan Never 2; 5 -  
 New statement 4; 15 -  
 Nickelodeon 5; 1 -  
 Nocturno 8; 12 -  
 O dialoghi 1; 3 -  
 Ossa 6; 34 -  
 Playboy 5; 18 -

## PROGRAMMI TV - RADIO

Alle falde del Kilimangiaro 1; 1 -  
 Animanics 8; 40 -  
 Bella e la bestia 8; 12 -  
 Buona Domenica 8; 30 -  
 Caramba che sorpresa 8; 12 -  
 Cari amici miei 3; 15 -  
 125 milioni di caz...te 5; 26 -  
 Chi vuol essere milionario 3; 14 - 5; 18 -  
 Cini Masala 8; 36 -

Product placement nella comunicazione aziendale	3;	Chesterfield	4; 12 -	GB Glace	6; 4 -
4, 8 - 6; 16, 21, 38 -		Chicco	7; 25 -	General motors	3; 20 -
Product placement uno spot dentro il film	2; 1 -	Chivas Regal	3; 9 -	Giallo Mondadori	8; 13 -
Punti di vista	4; 11 -	Chrisler	4; 8 -	Gitanes	4; 4 -
.com	6; 34 -	Ciak	8; 15 -	Glenfiddich	7; 32 -
Qualitivy travel	1; 1 -	Cinzano	37 -	Glock	5; 16 -
Scorpio	6; 27 -	Cipster	6; 17 -	Go Sport	4; 5 -
Secolo XIX	5; 21 -	Citizen	5; 9 -	Gordon Gin	3; 14 - 7; 29 -
Si logo	8; 39 -	Citroen	4; 4 - 7; 27 -	Gray line	8; 31 -
Spettacolo in tv la tv meglio farla che guardarla	2; 1 -	Cian	8; 34 -	Greeley tribune	7; 28 -
	2; 1 -	Claudia	8; 28 -	Grundig	5; 10 -
Storia della filosofia greca	1; 3 -	Cleanwater estates	4; 14 -	G.S.	1; 3 -
Ulysses	1; 1 -	Club Med	3; 3 - 6; 9 -	Gucci	3; 17 - 8; 17 -
Vampiro che ride	6; 34 -	CNN	3; 3 - 8; 40 -	Guinness	8; 37; 38 -
Vuoto di luna	5; 26 -	Coach Usa	8; 31 -	Gulf	3; 13 -
Wilson William	1; 2 -	Coca-Cola	1; 2; 3 - 2; 2; 3; 7 - 3; 8; 13; 14; 20 - 4; 5; 6; 19 - 5; 4; 5; 6; 7; 10; 18; 20; 21; 22; 23; 26 - 6; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 10; 11; 19; 20; 29; 30; 37 - 7; 6; 7; 10; 25; 26; 29 - 8; 4; 5; 8; 11; 19; 21; 25; 35; 37	Harley Davidson	2; 7 - 6; 6 -
<b>AZIENDE - BRAND</b>					
Absolut	7; 6 -	Coin	1; 2 - 4; 2 -	Harmony	7; 7 -
ACI	6; 13 -	Cointreau	4; 19 -	Harrod's	3; 16 - 8; 36 -
Adidas 5; 5, 15, 27 - 6; 25, 27 - 7; 15 - 8; 14, 15, 18 -	4; 19 - 5; 10 - 6; 4 - 7; 7 -	Colgate	7; 11 -	Hasbro	7; 10 -
AEC	5; 14 -	Colt	5; 16 -	Hatuey	4; 7 -
After eight	4; 14 -	Coop	8; 20 -	Head & Sholder	6; 12; 15 -
Agip	5; 27 - 6; 20 - 8; 18 -	Compaq	7; 32 -	Heiniken	4; 5 - 5; 6 - 6; 10, 17, 31 - 8; 25 -
Agnesi	3; 5 -	Control	8; 15 -	Heinz	7; 5 -
Air France	8; 10 -	Coppertone	6; 39 -	Heinz baked beans	6; 30 -
Air Vallee	6; 37 -	Cordon Rouge	3; 20 - 5; 7 - 6; 12 -	Heisler	6; 11 -
Aiwa	4; 19 -	Corno	8; 14 -	Hello!	7; 6 -
Ajax	3; 15 -	Corona	6; 2 -	Henz	6; 8 -
Alfa Romeo	2; 3 - 5; 15, 16 - 6; 13 - 8; 5, 17, 26 -	Corvette	5; 27 -	Hite	5; 6 -
	4; 19 - 5; 10 - 6; 4 - 7; 7 -	Costa crociere	6; 24 -	Holiday Inn	3; 20 -
Algida	4; 16 - 8; 11 -	Cowhead	5; 5 -	Honda	2; 7 - 4; 8 - 6; 34; 39 -
All	3; 20 -	Crunch & Munch	3; 20 -	Hoover	4; 7 - 8; 25 -
American Express	3; 20 - 4; 4 -	Crunch Nestlé	4; 13 - 6; 39 -	IBM	6; 8; 12 -
Annabella	8; 17 -	Culligan	4; 4 -	Ikea	6; 39 - 8; 20 -
Antenna 3	8; 15 -	CUM	5; 9 -	INN	6; 14 -
Antica erboristeria	8; 16 -	Daily news	7; 22 -	Interflora	4; 19 -
AOL	5; 8, 14 - 6; 16 -	D'Alcò	6; 13 -	Intimissimi	8; 11 -
Apple	2; 7 - 3; 3; 7 - 5; 8 - 6; 9, 19 - 7; 6 - 8; 16; 38 -	Dansk Europaeisk Luftair	7; 27 -	IP	8; 14 -
	2; 7 - 3; 3; 7 - 5; 8 - 6; 9, 19 - 7; 6 - 8; 16; 38 -	Dark Comics	1; 3 -	Ivory snow	3; 20 -
Arbre Magique	8; 19 -	Dash	8; 31 -	Jacobs	3; 6 -
Armani	2; 7 -	Dau Gher	5; 6 -	Jack	3; 6 -
Aston Martin	7; 25 -	DBBO	3; 3 -	Jack Daniel's	6; 13, 24 - 7; 4 - 8; 4, 15, 20 -
Astra	2; 7 -	DC	4; 16 -	Jacuzzi	4; 14 -
Audi	6; 24 -	DC Comics	1; 3 -	Jaguar	5; 27 - 6; 14 -
Auricchio	8; 14 -	Del Monte	8; 19, 38 -	Japan airlines	6; 6 -
Aurora	2; 3 - 8; 34 -	Disneyland	5; 5 - 7; 22 -	Jay's	6; 18 -
Avis	2; 3 -	Dodge	8; 31 -	Jean'smate	6; 6 -
Bacardi	3; 9 - 7; 32 -	Dole	5; 18 -	J&B	4; 6 - 6; 14, 33 - 8; 34 -
Baci Perugina	3; 6 -	Domla	6; 11 - 7; 10 -	Johnny Walker	3; 3 - 6; 9, 39 - 8; 35 -
Bailes	5; 10 -	Domino	6; 31 -	Johnson	4; 8 -
Ballantines	2; 7 - 7; 29 - 8; 5 -	Doppio brodo Star	3; 6 -	Johnson & Johnson	5; 18, 26 - 7; 10 -
Barbie	3; 15 - 5; 15 - 8; 38 -	Dom Perignon	3; 3 -	Kariyushi beach resort	6; 7 -
Barilla	3; 4, 6 - 6; 9 - 8; 15, 16 -	Dos esquis	8; 28 -	Keenwood	8; 36 -
Beauford	5; 14 -	Ducati	5; 18 -	Kellog's	3; 20 - 4; 13 - 5; 26 -
Beck's	8; 38 -	Dunlop	6; 27 -	Kinder	7; 20 -
Bellagio	8; 6 -	Dylan Dog	5; 15 -	Kirin	6; 5; 6 -
Bellentani	4; 16 -	Egoiste	8; 15 -	Kit Kat	6; 8 -
Beluga	3; 20 -	Egon Von Furstenberg	8; 18 -	Kleenex	8; 38 -
Benetton	8; 20 -	Electronics arts	7; 10 -	Knorr	7; 25 -
Beretta	5; 16 -	Emmenthal	7; 30 -	Kobe times	6; 6 -
Beta	5; 6 -	Epson	6; 22 -	Kookai	4; 13 -
Bialetti	5; 15 -	Erato	4; 8 -	Korean Line	6; 22 -
Blue Star Ferriers	6; 22 -	Ericsson	3; 4 - 7; 32 -	Krups	7; 6 -
BNL	4; 14 -	Esselunga	4; 13 -	LAI - Linee aeree italiane	4; 16 -
BMW	5; 15 - 6; 6, 11, 13, 20 - 8; 11; 39 -	Esso	4; 8, 16, 19 - 6; 27 -	La coste	6; 28 - 8; 17, 35 -
Bookube	7; 10 -	Euromercato	1; 3 - 8; 14 -	Lancia	2; 2, 3 - 8; 18 -
Borotalco	8; 17 -	Eva espress	7; 7 -	Lauder Estée	3; 7 -
Bounty	4; 13 -	Everlast	5; 7, 23 - 7; 27 -	Lavazza	4; 13 - 8; 31 -
BP	4; 5 -	Evian	1; 3 - 3; 12 - 6; 7, 9 -	Lays	7; 30 -
Brillo	3; 14 -	Fanta	5; 20 - 6; 14 -	Le monde	4; 4 -
Brionvega	8; 17 -	Fast Grill	8; 26 -	Leica	7; 27 -
Brooklandsi	5; 14 -	FedEx	2; 4 - 3; 3 - 4; 2 -	Levi's	2; 7 - 8; 35 -
Brooklin	2; 3 -	Fernet Branca	2; 3 - 6; 11 - 8; 34, 37 -	LG electronics	6; 22 -
Brut	6; 14 -	Ferrarelle	8; 14 -	Libarna	8; 34 -
Bud	1; 3 - 3; 13 - 5; 27 - 6; 15 - 8; 4, 38 -	Ferrari	3; 3 - 5; 27 - 6; 34 - 7; 25 - 8; 4, 32 -	Life	7; 32 -
Buick	7; 4 -	Ferre	5; 11 -	Lotto	4; 4 - 6; 25 -
Bulgari	6; 30 -	Ferrero	3; 6 - 7; 25 -	Lotus	8; 8 -
Burger King	8; 38 -	Fiat	2; 2 - 3; 4; 15, 19 - 5; 15, 16 - 6; 24, 33, 37 - 8; 14, 16, 18, 26 -	Loacker	5; 6; 27 -
BT	6; 8 - 7; 8 -	Fiesta	3; 6 -	Lockwear	7; 30 -
Buitoni	1; 2 - 2; 3 - 3; 5; 6 -	Findus	7; 25 -	Lotus	5; 6; 27 -
Cadillac	4; 19 -	Fiocchi Munizioni	5; 15 -	Lovable	8; 34 -
Calvet	3; 9 -	Fiorucci	5; 6 -	Lowenbrau	2; 3 -
Camel	1; 3 - 3; 9 -	Firestone	2; 7 -	Lucky Strike	4; 16 - 6; 10 -
Campani	5; 15 - 6; 37 - 8; 28 -	Fiuggi	6; 33 -	Macy's	1; 3 -
Campbell's	3; 14 - 6; 5 - 7; 30 - 8; 28 -	Focus	7; 7 -	Magazine Salani	7; 10 -
Canon	8; 19 -	Foglia d'oro	3; 6 -	Manzotini	2; 7 -
Capriol	4; 16 -	Ford	3; 3 - 5; 27 - 6; 29 - 7; 6 - 7; 28 - 8; 4, 8, 13, 19, 32, 40 -	Marlboro	2; 3, 7 - 3; 9 - 5; 4, 5, 6, 10, 11, 18 - 6; 2, 3 - 6; 7, 11, 14, 18 - 7; 25, 28 - 8; 14, 18, 25, 40 -
Carling	8; 40 -	Ford's	3; 7 -	Mariotti hotel	8; 4 -
Carlsberg	5; 6 - 8; 10; 29 -	Forster	3; 3 -	Mars	7; 15 -
Carpano	8; 13 -	France Telecom	4; 4 -	Martini	2; 7 - 3; 3 - 4; 14 - 6; 33 - 7; 25 -
Cartier	8; 8 -	Fritos	7; 30 -	Marvel	1; 3 -
Casio	7; 27 -	Frochtikus	6; 11 -	Maserati	8; 12 -
Cavalli Roberto	1; 3 - 8; 11, 12, 16 -	Fujifilm	6; 5 -	Mastercard	6; 34 -
CBS	5; 7, 13 -	Galletto amburgese	8; 14 -	Mastrolindo	6; 12, 17, 39 -
Cesar Palace	8; 6 -	Game boy	7; 12 -	Mattel	7; 10 -
105	8; 18 -	Gatorade	6; 17, 39 - 7; 7 -	Max Mara	5; 9 -
Champions	8; 38 -	Gazzetta dello sport	7; 7 - 8; 15, 19 -	McCallac	3; 20 - 6; 4 -
Chango	4; 19 - 6; 17 -			McDonald's	2; 3, 7 - 5; 9, 21 - 6; 9, 21, 29 - 7; 6 - 8; 16, 20
Channel	6; 2, 37 -			MC Gregor	6; 6 -
Chappi	6; 11 -				

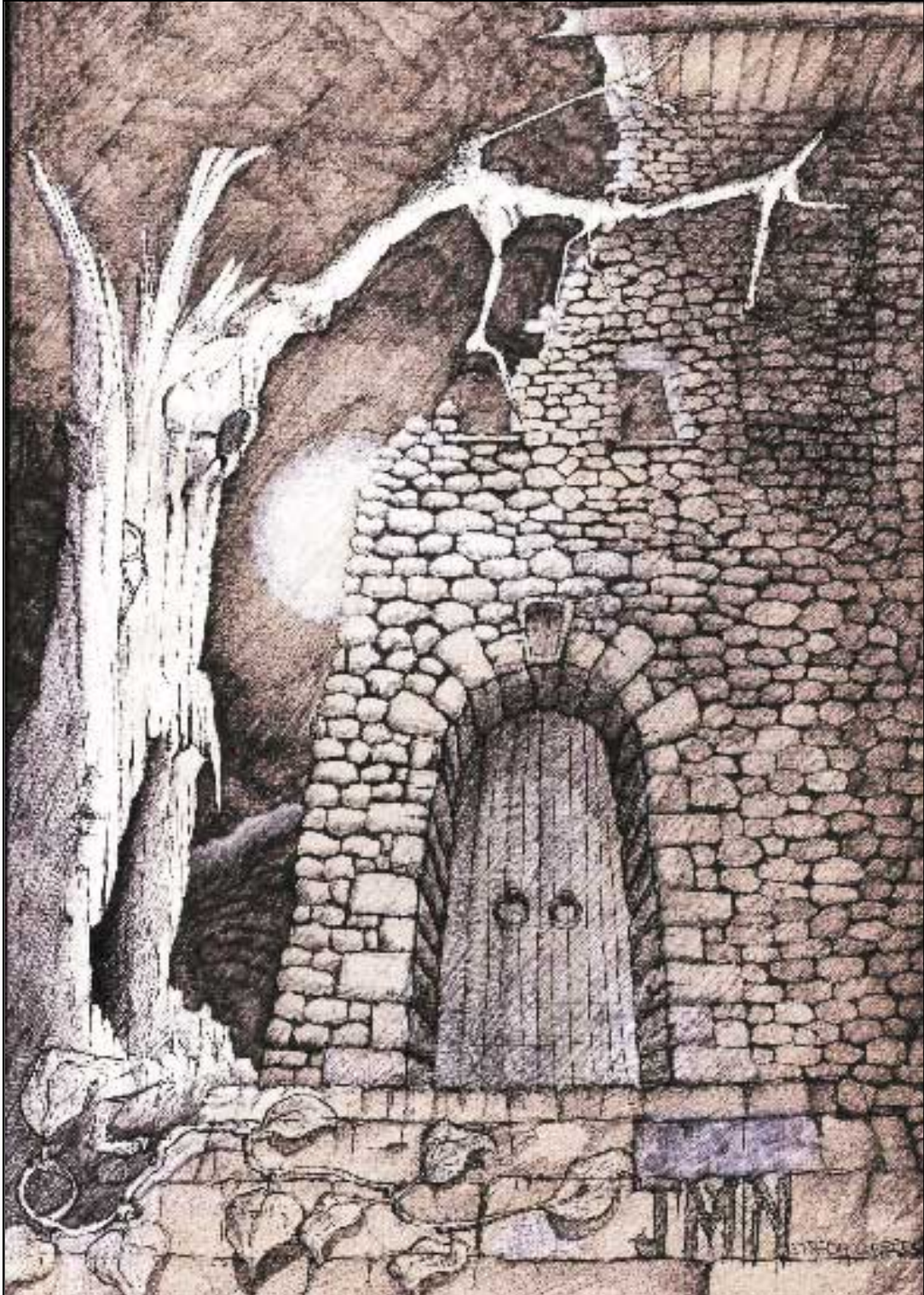


Melegatti	7; 20 -	Renault	4; 4, 9 - 6; 2 - 8; 18 -	Vernel	8; 32 -
Mentos	6; 17, 39 -	Repubblica	8; 13 -	Vero	6; 22 -
Mercedes		Rinascente	1; 3 -	Versace	8; 19, 32 -
3; 20 - 4; 19 - 5; 8, 11, 15, 21 - 6; 9, 12, 13, 24, 34 -		Robe di Kappa	3; 17 -	Verso	6; 6 -
7; 6, 29 - 8; 5, 11, 14, 18, 29 -		Roberts	6; 25 - 7; 25 -	Vespa	4; 6 -
Merit	6; 2 -	Roche	6; 25 - 7; 25 -	Vevue Clicquot	3; 7 -
MG	6; 8 -	Rockola	8; 31 -	Viaggi del ventaglio	6; 37 -
Michelin	5; 21 -	Romano Conti	5; 6 -	Viagra	3; 15 -
Microsoft	7; 22 -	Romeo e Giulietta	7; 32 -	Vicks vaporub	6; 34 - 7; 25 - 8; 18 -
Miller	4; 19 -	Rotmans	6; 2 -	Vinay	8; 31 -
Minolta	4; 4 - 6; 10 -	Rover	8; 36 -	Virgin	4; 2, 19 -
Mitsubishi	5; 5, 19 -	Roxy	8; 34 -	Visa	3; 3 -
Mobil	3; 20 - 4; 19 -	S lunga	1; 3 -	Volkswagen	5; 10, 15 - 6; 7, 10 - 7; 27 - 8; 5 -
Moet et Chandon	6; 38 -	Saab	7; 32 -	Volvo	7; 8 - 8; 18 -
Molinari	4; 3 -	Samsung	6; 22 -	Vov	8; 19 -
Mondo	7; 14 -	San Benedetto	5; 11 -	WB shop	7; 18 -
Moneta	6; 22 -	San Marco	5; 16 -	Western junior	5; 7 -
Monopoli	7; 6 -	San Miguel	5; 5, 6 -	Wicked Ale	1; 3 -
Moretti	2; 3 -	San Pellegrino	6; 25, 37 - 8; 13 -	Wilson	2; 4 - 6; 7 -
Morgan	3; 12 -	Sanyo	7; 6 -	Winnipeg	6; 22 -
Moschino	8; 15 -	Sash	5; 11 -	Winsor	3; 9 -
Motorola	5; 6, 7, 8, 27 - 6; 12 - 8; 8 -	Seat	5; 10 -	Wizards	7; 10 -
Motta	4; 8, 16 - 7; 24 -	Sector	6; 2 - 8; 28 -	Wonderbra	3; 3 -
MS	6; 2 -	Segafredo	8; 13 -	Yahoo!	4; 19 -
MSN	7; 6 -	Settebello Hatù	8; 17 -	Yamaha	6; 6, 39 - 7; 26 -
MTV	6; 17 - 7; 30 -	Schweppes	3; 4 - 4; 7 -	Yonex	6; 5 -
Mulino Bianco	8; 40 -	Sharp	5; 9 - 6; 5 -	You	6; 13 -
Muratti	4; 4 - 6; 2 - 8; 13, 18 -	Shell	8; 36 -		
National geografic	3; 20 - 4; 2 -	Silvano Marini	7; 14 -		
NBC	3; 3 - 7; 28 - 8; 38 -	Simca	4; 8 -		
Nescafé	5; 6 - 6; 29 -	Simmenthal	6; 24 -		
Nestea	8; 8 -	Singer	4; 8 - 6; 6 -		
Nestlé	7; 24 - 8; 38 -	Skoda	4; 19 -		
Netter	5; 16 -	Smart	6; 37 -		
Nicorette	3; 20 -	Smarties	4; 14 -		
Nike		Smirnoff	1; 3 - 6; 11 -		
3; 3, 15 - 4; 2 - 5; 4, 5, 13 - 6; 9, 11, 17, 31 - 7; 25 -		Smith & Wesson	5; 16 -		
8; 14, 38 -		Sony			
Nikon	5; 5, 15 - 6; 28, 39 -	Sony	5; 5, 15 - 6; 5, 8, 13, 16, 22, 37 - 7; 22, 25, 32 - 8; 8, 10, 38 -		
Nintendo	5; 27 - 8; 19 -	Spalding	2; 4 - 5; 4 -		
Nissan	5; 16 - 8; 26 -	Spanish fly	5; 23 -		
No more tears	7; 10 -	Spar	3; 6 -		
Nokia	6; 8, 16 - 7; 6 -	Spearmint	6; 7 -		
Nutella	3; 6 - 5; 11 - 6; 1, 19 - 7; 30 -	Spizzico	6; 4 -		
Old Forest	4; 16 -	Sprite	5; 20 - 7; 17 - 8; 25 -		
Olivetti	8; 28 -	Standa	1; 3 - 4; 14 -		
Olympic airways	6; 22, 24 -	Starbucks coffee	6; 29 -		
Opel	6; 24, 37 -	Stella Artois	8; 38 -		
Oracle	6; 22 -	Stock	6; 14 - 7; 25 - 8; 32 -		
Orangina	7; 7 -	Stream	7; 20 -		
Omega	6; 17 -	Strega	8; 28 -		
Omo	6; 39 -	Studio Canal Plus	3; 7 -		
Packman	7; 28 -	Studio Zeta	8; 15 -		
Palace hotel	8; 15 -	Subaru	8; 15, 19 -		
Pall Mall	3; 9 -	Sun	3; 17 -		
Panadol	8; 8 -	Sunny	3; 3 -		
Panasonic	5; 15 - 7; 26 -	Suntory beer	6; 10 -		
Panini	7; 10 -	Sunray	5; 7 -		
Parmalat	3; 13 -	Superenalotto	4; 13 -		
Parole di cotone	7; 14 -	Supermercati brianzoli	8; 14 -		
Pavesi	5; 11 -	Suzuki	6; 24 -		
Pavesini	3; 6 -	TAB	7; 28 -		
Pejo	2; 3 - 8; 34 -	Talmone	3; 6 -		
Pepsi-Cola		Tamoi	8; 19 -		
1; 3 - 3; 9, 13, 15, 17 - 4; 4, 13, 19 - 5; 7 - 6; 2, 5, 8, 18, 20 - 7; 4, 30, 32 -		Tampax	5; 27 - 8; 13 -		
Pernod	4; 8 -	TDK	6; 5 -		
Peroni	7; 17 - 8; 18 -	Tele 2	3; 15 -		
Perrier	1; 3 - 3; 12 - 5; 9 -	Telecom Italia	3; 14 - 5; 15 - 6; 16, 21 - 8; 12, 14 -		
Petrus	5; 6 -	Tempo	5; 6 - 8; 17 -		
Peugeot	5; 12, 18 - 8; 10 -	Texaco	6; 5 - 7; 22 -		
Pfaff	7; 27 -	Thai	5; 6 -		
Philadelphia inquire	8; 31 -	Tiger electronics	7; 10 -		
Philip Morris	5; 10 -	TIM	5; 15 -		
Philips	3; 3, 20 - 5; 15 - 7; 26 - 8; 4, 5, 6 -	Timberland	8; 15 -		
Photo	7; 7 -	Time	7; 28 -		
Piaggio	4; 19 -	Thomson	8; 14 -		
PKK	5; 16 -	Toblerone	8; 18, 38 -		
Planet Hollywood	4; 19 - 5; 27 -	Total	4; 4 -		
Plasmon	3; 6 -	Totip	4; 13 -		
Playboy	3; 9, 39 - 8; 20 -	Toyota	5; 5 -		
Playmen	4; 14 -	Trudi	7; 10 -		
Playstation	6; 16 - 7; 12, 17 - 8; 37 -	Trussardi	6; 22 - 8; 28 -		
Pocket Coffee	3; 6 -	Tuborg	7; 27 -		
Polaris	6; 28 -	TWA	2; 3 - 8; 31 -		
Polaroid	3; 17 - 4; 14 - 6; 14 - 8; 25; 38 -	Twister	7; 6 -		
Pontiac	5; 27 -	Ulisse	8; 11 -		
Porche	5; 26 - 7; 26 - 8; 18 -	Unilever	4; 19 -		
Prada	3; 15 - 6; 37 -	Union	6; 14 -		
Primhotel	4; 4 -	Unità	8; 28 -		
Pringles	4; 4 - 5; 5 - 6; 4, 8 - 8; 8, 32 -	United airlines	6; 17 -		
Procter & Gamble	6; 15 - 8; 32 -	Universal	8; 25 -		
Prozac	7; 24 -	Università Cattolica	1; 1 -		
Puma	6; 5, 6 -	Usa Today	1; 2 -		
Puma GT	6; 33 -	UTZ	3; 6 -		
Punt & Mes	6; 33 - 8; 34 -	Valentino	5; 6 - 8; 11, 17 -		
Pure water	8; 31 -	Variety	7; 29 -		
4 salti in padella	8; 11 -	Vat 69	4; 7 - 6; 19 -		
Ralph Lauren	8; 38 -	Vecchia Romagna	8; 17, 32 -		
Ramazzotti	8; 17 -	Venetian	8; 6 -		
Rana Giovanni	1; 2 - 3; 6 -	Vera	3; 14 -		
Ravensburger	8; 20 -				
Ray-ban	5; 6 -				
Reebok	4; 13 - 5; 16 - 6; 15 - 7; 6 -				

Sommario generale  
di tutto ciò che è apparso  
su Dy's chronicles  
fino ad ora

# JMN & DY

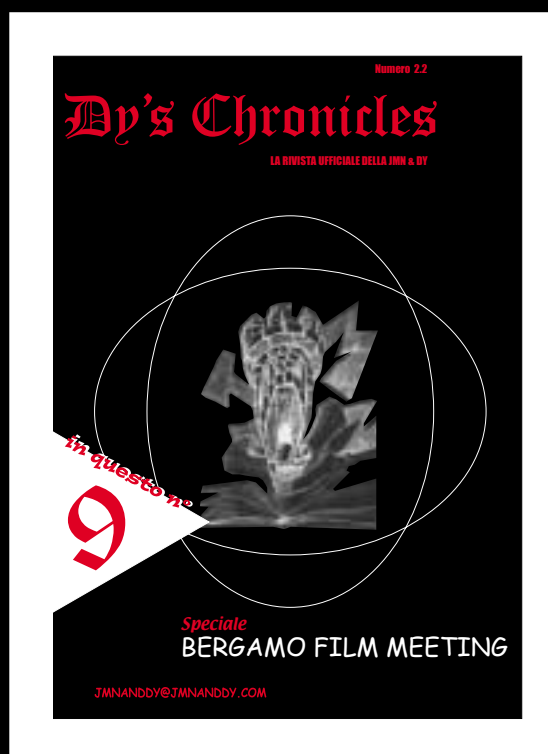
## STUDI E ANALISI DI PRODUCT PLACEMENT



[www.jmnanddy.com](http://www.jmnanddy.com)

# Dy's Chronicles

**la prima webzine  
di product placement  
e comunicazione**



Per richiedere i numeri arretrati: [redazione@dyschronicles.com](mailto:redazione@dyschronicles.com)



# DY'S ANALYSIS

**la nuova webzine  
di approfondimento aziendale  
su sponsorizzazioni  
e product placement**

[www.dyschronicles.com](http://www.dyschronicles.com)

