

Univideo e Ied lanciano la campagna “Dvd e Blu-ray, il muro che emoziona”

Al via da oggi una campagna di comunicazione finalizzata a rimarcare il ruolo centrale che l'home entertainment ha avuto ed ha tutt'oggi nelle famiglie italiane, promossa da **Univideo**, l'Associazione di categoria che rappresenta gli Editori Audiovisivi su media digitali (DVD, Blu-ray, 4K Ultra HD) e online (piattaforme video on demand) in collaborazione con **Ied – Istituto Europeo di Design**.

Qualunque persona, appassionata o meno di cinema, avrà sicuramente trascorso più di una serata, una domenica pomeriggio o un giorno di festa, con amici e parenti guardando un film, una serie tv, un evento live. Un momento di aggregazione e di socialità reale, replicabile in qualunque istante grazie a un **DVD o un Blu-ray**, sempre disponibile e in mostra dentro una libreria o una mensola fissa sulle pareti di casa nostra. Partendo proprio dal concetto di “*wall*”, è stato realizzato uno spot disponibile in due versioni, da 30 e 60 secondi, liberamente ispirato a un progetto di tesi degli studenti di Arti Visive IED Roma del 2018, con l'obiettivo di riportare alla mente e dritto al cuore i momenti più emozionali ed aggreganti, vissuti dalle persone, guardando un prodotto audiovisivo.

#TheWall è il muro di ognuno di noi, ricco di tante storie che ci appassionano ma soprattutto è lo spazio dove vivranno le storie future! Il bello di possedere un film in DVD, Blu-ray o 4K UHD è quello di poterlo vedere e rivedere... Di quali storie è fatto il tuo muro? mostraci la tua collezione a casa utilizzando l'hashtag #raccontacilatuastoria e vediamo fin dove arriva la tua passione!!! #univideo #ied #dvd #bluray #film #4k

Il progetto nel suo complesso è stato coordinato dall'agenzia Echo, mentre la realizzazione creativa è firmata dalla società di produzione Disparte Srl e ha visto il coinvolgimento di professionisti, docenti e studenti dello IED. La campagna di comunicazione andrà on-air al cinema in oltre 1500 schermi ed avrà una fortissima risonanza attraverso i principali social network, con la creazione di pagine dedicate e l'appoggio sui canali Fapav, sul sito di Mymovies e sugli strumenti in-store e on-line/social della catena QSR Old Wild West.

Il prodotto fisico rimane una certezza per gli italiani: il consumo è stato certamente influenzato negli ultimi anni dal moltiplicarsi delle opportunità di fruizione dei contenuti audiovisivi. DVD e Blu-ray rimangono però un desiderata per gli appassionati di cinema, e lo sono ancor di più in occasioni di festività come il Natale. Un regalo apprezzato e ricercato grazie anche ad un packaging sempre più attrattivo, alle edizioni speciali, ai cofanetti dedicati ai collezionisti, all'alta definizione, a contenuti extra che rendono il prodotto unico e quindi personale. La campagna nasce da questo assunto ed è per questo che lancia un social engagement in cui invita tutti gli italiani ad essere protagonisti del proprio muro del cinema, scattando foto o facendo selfie davanti ai loro film preferiti. Un muro di storie, avventure che se fossero reali necessiterebbero più di una vita per viverle tutte. Invece sono a disposizione ogni volta, e con chi si desidera condividerle.

"Io ho il mio wall e tu?".

<https://www.key4biz.it/univideo-e-ied-lanciano-la-campagna-dvd-e-blu-ray-il-muro-che-emoziona/281682/>