

# The Walking Dead sbarca su Fox, al via la campagna con focus sul digitale

10/10/2013

La campagna di lancio della nuova e quarta stagione, firmata dai creativi di **Fox International Channels Italy** con l'obiettivo di coinvolgere anche chi non è ancora fan della serie ed è pianificata da **Mindshare** su stampa, outdoor, web (anche attraverso l'impattante formato masthead su Youtube), radio, cinema e tv. Online anche su Vice.com e Twitter. Previsti due eventi.



Il 14 ottobre 2013 alle 22.45, a sole 24 ore dalla messa in onda negli USA, ritorna su FOX (canale 111 di Sky), in prima visione assoluta, **THE WALKING DEAD**, la nota serie via cavo.

La campagna di lancio della nuova e quarta stagione, è stata realizzata dai **creativi di Fox International Channels Italy** con l'obiettivo di coinvolgere anche chi non è ancora fan della serie ed è pianificata da **Mindshare**, con particolare attenzione al target maschile, su **stampa** (quotidiani e magazine, con presidio sulle testate sportive), **outdoor**, **web** (anche attraverso l'impattante formato **masthead su Youtube**), **radio**, **cinema** e **tv**.

(guarda lo [spot](#)),

La comunicazione on air coinvolge ed incuriosisce lo spettatore attraverso il **claim "Non hai mai visto The Walking Dead???" Scopri in tre minuti le prime tre stagioni.**

Il promo rimanda ad un **video recap** che in tre minuti racconta le prime tre stagioni della serie e che è disponibile sulle piattaforme più importanti dove il canale è presente: sulla pagina facebook e il canale you tube di FOX sul sito [foxtv.it](http://foxtv.it), sull'app FoxFan scaricabile da iTunes e sul servizio on demand a disposizione degli abbonati Sky, dove è possibile guardare per interno le tre stagioni grazie allo specifico boxset.

Protagonisti della campagna on air anche i volti dei programmi Fox e Sky: **Antonino Cannavacciuolo, Alessandro Borghese, Lidia Bastianich, Bruno Barbieri, Gianluca Vialli, Fabio Caressa, Giancarlo Marocchi e Flavio Briatore** impegnati in divertenti promo di endorsement al grido di "Non hai mai visto the walking dead???"

In occasione del lancio di *The Walking Dead*, Fox ha scelto come **Media Partner** la piattaforma editoriale **Vice**, come spiega la nota stampa, per l'affinità di target e le caratteristiche di originalità ed innovazione che accomunano i due brand. Sul sito [www.vice.com](http://www.vice.com) gli utenti potranno trovare contenuti editoriali e video in esclusiva dedicati alla serie e al mondo degli zombie.

La campagna sarà presente anche su **Twitter** grazie a un attività di **Caps lock detect** che intercetta i tweet in cui sono state scritte almeno 4 lettere in maiuscolo avvertendo gli utenti con un messaggio dall'account Fox (@foxtvit) che avendo "strillato" hanno purtroppo attirato l'attenzione degli zombie che ora li seguono. Un'innovativa e divertente strategia di engagement rivolta ai consumer che veicolerà **l'hashtag ufficiale della serie #foxthewalkingdead**.

Anche quest'anno **Activision** è *main sponsor* di The Walking Dead con il nuovo gioco **CALL OF DUTY: GHOSTS**.

Lo spot del prodotto è inserito all'interno della grafica della serie e verrà trasmesso in apertura degli episodi e sarà protagonista di un break monografico.

A ***The Walking Dead*** saranno inoltre dedicati due eventi sul territorio che porteranno gli zombie fuori dallo schermo tv a diretto contatto con il pubblico. Infatti il **12 e il 13 ottobre** nel centro commerciale di Milano Mirafiori i visitatori potranno interagire con la serie grazie a un grande cubo multimediale ricco di contenuti video e giochi, a loro disposizione anche **l'app Zombiefy**, con cui potranno scattarsi una fotografia, "zombificarla" e postarla sul proprio profilo social. Inoltre per evitare il contagio e non diventare zombie bisognerà essere veloci e scappare dal "**Zombie Mob**".

Inoltre, sabato 12 ottobre alle 15.30 (ora italiana), sarà possibile partecipare al *Google Hangout Live* che permetterà dialogare live con due degli attori della serie, Andrew Lincoln e Norman Reedus, che saranno in collegamento dal Comic-Con di New York. Basta seguire le istruzioni sui profili Facebook e Twitter di FOX per poter aggiudicare uno dei posti in palio per questo evento esclusivo.