Scuola Bridge Multimediale News

29/07/2013 A cura dell'istruttore Michele Leone

Pubblicità & Bridge

Tre domandine di rito:

1) Quando è stato deliberato questo programma?

2) Quanto ci costa?

3) Quanto è trasparente questa FIGB?

Federazione Italiana

Oltre alle attuali trasmissioni RAI la FIGB ha in programma, da settembre, una campagna pubblicitaria con spot bridge nelle sale cinematografiche della *Media Cinema (circuito di 210 città, alcune con multisala - 912 schermi).*

(il comunicato FIGB)

26 luglio 2013

Bridge al cinema

Programma alternativo: oggi cinema. Vi mettete comodi e spegnete il cellulare perché lo spettacolo sta per cominciare. Parte la pubblicità e...BRIDGE!

La FIGB, in collaborazione con Media Cinema, sta realizzando una campagna promozionale che prevede la realizzazione di uno spot sul bridge, in programmazione sui grandi schermi a settembre/ottobre 2013 (circuito Movie Media Concessionario pubblicitario Cinematografico).

Sul sito federale, chiaramente, ci sarà un apposito spazio dedicato a questa importante iniziativa. Per citare l'inno di Mameli, "stringiamoci a coorte": pronti, operativi, disponibili, efficaci. Bisogna facilitare al massimo l'accesso al nostro mondo dorato a tutti coloro che, attratti dalla visione di questo spot, vorranno informarsi, provare, lanciarsi per poi rimanere irrimediabilmente irretiti (come da libro). Oltre al passaparola consueto, è di tutta evidenza la necessità che le ASD forniscano alla federazione i dati relativi a giorni ed orari dello svolgimento dei corsi che verranno organizzati presso le proprie sedi, operazione di facile esecuzione (tramite l'apposita sezione "Associazione on line" del sito federale) e che deve avvenire il prima possibile, in ogni caso non oltre 10 settembre p.v.

Luci spente. Attori e interpreti eccellenti: le 52 carte.

Franco Broccoli

Bridge: puntate su RAI-Sport 2

Sono già sette le trasmissioni andate in onda su Rai Sport (*non certo un canale di primo piano*) dedicate alla nostra disciplina. I video delle puntate sono disponibili sul sito di Rai Sport.

...il nostro parere:

Musiche e riprese video Ok, per il resto complessivamente sconfortante anche questa seconda serie di puntate RAI (accettabile la 7a); non dice nulla di nuovo, in quanto a contenuti sembra la brutta copia della prima serie andata in onda nel 2010. Tempo perso e soldi buttati al vento (aveva quindi ragione l'ex Presidente Tamburi!). Questi video servono solo a riempire le tasche di qualcuno.

Il vero guaio è che queste puntate RAI – attenzione non spot pubblicitari ma sola cronaca - sono viste, per lo più, da parte di bridgisti incalliti (sempre gli stessi) e, comunque sia, permane alquanto deludente il numero di visualizzazioni indicati dalla RAI, qui riportati:

Puntata N.	(al 29/7) N. Visualizzazioni	Trasmessa il:
1	2.128	24-04-13
2	595	08-05-13
3	1.062	22-05-13
4	No traccia	03-06-13
5	487	19-06-13
6	266	03-07-13
7	522	14-07-13

Azz!!! Un'altra mentalità. Ancora una volta ci faremo bagnare il naso dai transalpini.

Federazione Francese

Anche la Federazione Francese Bridge (FFB) ha in programma il lancio di spot bridge "**Rinforzare la tua mente ... il Bridge va bene**" come indicato in nel loro sito web (vedi pagina seguente).

Dal 7 settembre al 7 novembre 2013, il bridge sarà sugli schermi televisivi francesi (F2, F3, F5) attraverso una campagna pubblicitaria TV (si parla di 500 spot audiovisivi). La campagna sarà implementata su tutti i media con manifesti, volantini, penne, t-shirt, striscioni, comunicati stampa ... che compongono la comunicazione della FFB, i club e i comitati. Il target principale punta alle persone di età compresa tra i 50-60 anni.

Une première : campagne nationale de publicité TV pour le bridge - 10/07/2013

"Musclez votre esprit... Bridgez vous bien ! " la campagne de publicité TV signée de l'agence Business sera diffusée sur les chaînes de France Télévision du 7 septembre au 7 novembre. Un dispositif inédit qui implique les clubs, mais également les adhérents...

Du 7 septembre au 7 novembre 2013, le bridge sera présent sur les écrans de France Télévision (F2,F3,F5) via une campagne de publicité signée Business, 1ère agence TV. Si la mobilisation des clubs est garante du succès de cette opération, les licenciés de la FFB auront également leur rôle à jouer en parrainant des bridgeurs...

Objectifs
Recrutement à court et moyen terme de nouveaux adhérents dans la tranche des 50-60 ans en complément des actions vers la cible jeune.

Le concept : le sport cérébral
L'action bienfaisante du bridge sur l'esprit est mise en scène : les neurones sont personnalisés sous la forme de petits personnages pratiquant la gymnastique. C'est la mise en image du sport cérébral.
Des images fortes, en adéquation avec l'envie de chacun : jouer et se faire du bien.

La signature : "Musclez votre esprit... Bridgez vous bien !"
Elle sera déclinée sur tous les supports et visuels : affiches, flyers, stylos, t-shirts, banderole, dossiers de presse... qui composeront la communication de la FFB, des clubs et des comités. Des kits "Bridgez vous bien" seront remis aux clubs qui participeront à l'opération.

La campagne audiovisuelle
500 spots diffusés en majorité sur France 2, mais également sur France 3, France 4 et France 5, entre le 7 septembre et le 7 novembre 2013. Chaque personne appartenant à la cible des 50-60 ans devrait, en moyenne, être 8 fois en contact avec le film publicitaire.

Un site dédié : Bridgezvousbien.fr
Le site mis en ligne début juillet rassemblera toutes les informations nécessaires à la découverte du bridge en club. Véritable parcours balisé pour le néophyte qui permettra de trouver le club qui lui convient parmi ceux participant à l'opération.

Unanimité des élus
Présentée au conseil fédéral de février dernier, la campagne a reçu un accueil enthousiaste, les présidents de comité l'ont votée à l'unanimité.

Les clubs en première ligne
Accueillir, informer, initier, animer, fidéliser... les clubs en charge de ces missions joueront les premiers rôles. Avec les comités et la FFB, l'ensemble des acteurs du réseau fédéral est mobilisé. Journées portes ouvertes, stand sur un lieu public, forum d'association… différentes possibilités de démontrer que le bridge est un sport de l'esprit qui rassemble.
Les clubs qui se sont inscrits pour participer à l'opération recevront un kit communication, le soutien de la campagne nationale de presse et l'accompagnement des délégués communication-développement régionaux et du service communication de la FFB.

Les adhérents ambassadeurs du bridge
Les clubs organisent des tournois de régularité appelés « Bridgez ensemble » entre le 7 septembre et le 7 novembre 2013. Une opportunité pour les licenciés de la FFB de partager leur passion avec leurs amis.
Comment participer ?
- Les adhérents FFB jouant avec un non-licencié (depuis au moins 3 ans : dernière prise de licence 2010/2011)
- Une paire constituée de 2 non-licenciés (depuis au moins 3 ans : dernière prise de licence 2010/2011)
- Une paire constituée de 2 joueurs licenciés FFB (qui bénéficeront de la gratuité des droits d'engagement, mais ne prétendront pas à la dotation par tirage au sort)
Les + du parrainage :
- Le doublement des PE pour tous les participants
- Les droits de table offerts pour les clubs participants
- La licence Bienvenue offerte pour la saison en cours à chaque nouveau licencié (depuis au moins 3 ans : dernière prise de licence 2010/2011)
Un tirage au sort attribuera des cadeaux aux paires participantes (pour les paires constituées d'un non-licencié et son parrain ou deux non-licenciés uniquement).

RETOUR