

TuttoDi**Tutto**

Accade domani

Ultimissime in pillole dal pianeta cinema: tendenze, news, curiosità e anticipazioni

■ A cura di Diego Giuliani

movie style

Salviamodanny.org: quando il marketing si finge appello umanitario

Petizioni, appelli, manifesti nelle metropolitane: è il tamtam di solidarietà scatenato per salvare Danny. Foto sgranate e scatti rubati col telefonino parlano di un ragazzo cresciuto in cattività e cibato di carne cruda, per addestrarlo alla ferocia e ai combattimenti clandestini. Dietro la patina da cronaca vera si nasconde Salviamodanny.org, il sito creato per lanciare il film *Danny the Dog*. La strategia ricorda quella utilizzata in America per *The Blair Witch Project* e, più recentemente, per *Godsend* (www.godsendinstitute.com) e *I Heart Huckabees* (www.huckabees.com). Loro, invece, sono i creativi di *Guerriglia Marketing*. Gli stessi, per intenderci, che tempo fa hanno preso in giro la stampa di tutta Italia, simulando uno sbarco alieno a Rimini.

