

Simpsonien markkinointi ei jää pelkkiin leffajulisteisiin

6.7.2007 15:40 — Kaisu Lehtinen

Elokuvan markkinoinnissa on menty taas askel eteenpäin. Yhdysvalloissa lähikauppoja on muutettu tv-sarjasta tutuiksi liikkeiksi, ja Simpsons-elokuvan kotikaupunkia etsitään nettäänestyksellä.

Yhdysvalloissa uuden Simpsons-elokuvan markkinointi on poikkeuksellista. Tavallisten muovifiguureiden, makeisten ja muiden tuotteiden lisäksi tv-sarjan Kwik-E-Mart-lähikauppoja on ilmestynyt katukuvaan Yhdysvalloissa.

Yhteensä yksitoista 7-Eleven-kauppaa muuttui maanantaina sarjan esikuvan mukaiseksi. Kaupoissa myydään Simpsonista tuttuja tuotteita kuten Krusty O -muroja, Buzz Cola ja Squishee Slurpee -juomia. Monen pettymykseksi Homer Simpsonin suosimaa Duff-olutta ei kauppojen hyllyiltä löydy, koska elokuva on suunnattu nuorille.

Kwik-E-Martit muuttuvat takaisin 7-Eleveneiksi heinäkuun lopussa.

Televisioyhtiö Fox yhdessä *USA Today* -sanomalehden kanssa etsii parasta Springfield-kaupunkia maan neljäntoista samannimisen kaupungin joukosta [Lukijat voivat äänestää](#) sikki-Springfieldiään netissä. Kilpailun voittaja isännöi elokuvan erikoisensi-illan.

Suomessa vastaavia markkinointitempauksia ei ole suunnitteilla. Elokuvan ympärille tehtyjä muovifiguureita ja pehmoleluja on ollut myynnissä jo jonkin aikaa. Helsingin Tennispalatsissa on muutaman viikon ajan ollut ihmeteltävänä Simpsonien sohva.

- Menemme elokuvan markkinoinnissa aika peruskuvioilla. Mitään erikoista emme ole rakentaneet tämän elokuvan ympärille, kertoo FS Filmin markkinointipäällikkö **Katja Kajes**.

Simpsonit näkyvät kesän edetessä enemmän katukuvassa. Kotimaisia yrityksiä on lähtenyt hakemaan myynnin lisäystä elokuvan tuomalla nosteella.

Hesburger on aloittanut Simpsons-lastenaterian myynnin, syksymmällä Halva tuo markkinoille makeisia, ja Olvi tekee virvoitusjuomia.

Kaikki tuotteet eivät ehdi markkinoille elokuvan ensi-illan aikaan, esimerkiksi virvoitusjuomia ja donitseja tulee myyntiin myöhemmin. Tämä johtuu siitä, että lisenssioikeuksien hankkiminen on vienyt ennakoita arveltua enemmän aikaa.

FS Filmin Katja Kajes kertoo ottaneensa yhteyttä jo viime kesänä ja syksynä suomalaisiin yrityksiin tuotteiden lisenssintasioissa.

- Suomessa yritykset olivat kiinnostuneita, mutta studioilla asioiden käsittelyyn meni kauan aikaa, Kajes kertoo. Vaikka kaikki eivät ehdikään myyntiin heinäkuun lopussa, uskon, että kiinnostusta tuotteisiin ja elokuvaan riittää syksylläkin.

Elokuvan suomeksi dubbaamisesta on tullut paljon pääosin negatiivista palautetta. Ruotsia lukuunottamatta elokuva dubataan kaikissa muissa Pohjoismaissa.

- Dubbausversiolla halusimme saada perheet liikkeelle katsomaan elokuvaa. Suomenkielistä Simpsonia voi katsoa suurimmissa kaupungeissa, Kajes kertoo.

Elokuun 27. päivä ensi-iltansa saava Simpsons-elokuva on levityksessä alkuperäisversiona 65:llä filmillä, suomenkielisiä on filmejä on 15.

<http://www.digitoday.fi/viihde/2007/07/06/simpsonien-markkinointi-ei-jaa-pelkkiin-leffajulisteisiin/200716637/66>