

“Nulla ci unisce come una storia”, il claim di Netflix “ un inno alla corallità”
di Daniela Giannace

Descrizione

TAG: In Evidenza, Lifestyle, California, claim, corallità , NeverEnding Story, netflix, Stranger Things, Streaming

Netflix sceglie di raccontare le sue scelte in tema di produzioni, e lo fa con un claim che celebra la **corallità**. Nella sua pubblicità, un **carosello a tema musicale** unisce diversi protagonisti delle storie della piattaforma on demand. Scorrono le immagini delle serie tv e dei film di successo, che coinvolgono ed emozionano gli utenti a livello globale.

La nuova pubblicità trasmessa dal 2 marzo 2021

Il 2 marzo **Netflix** ha lanciato una nuova pubblicità in cui i personaggi delle serie tv e dei film più noti di questo servizio *“cantano”* una canzone intramontabile. La colonna sonora “ **NeverEnding Story**” di **Giorgio Moroder** e **Keith Forsey**, cantata da **Limahl** ft. Beth Andersen. Nello spot cantano Suzie-Poo e Dusty-Bun, dirige l’orchestra il maestro Dustin Henderson. Il pezzo “ uno dei brani più celebri degli anni Ottanta, ascoltata a Sanremo 2021. Uno dei colossi dello streaming ha usato come piattaforma di lancio il Festival di Sanremo, una tecnica tipica degli USA. Alla fine dello spot, si leggono le frasi: *“Nulla ci unisce come una canzone. Nulla ci unisce come un’emozione. Nulla ci unisce come una storia”*. Queste sottolineano la **corallità** e la coesione degli spettatori del servizio, accomunati tra loro nonostante le pluralità di gusti in fatto di streaming.

Netflix esce con un carosello a tema musicale

La piattaforma sceglie di inserire nello spot un **carosello a tema musicale** per raccontare ancora una volta l’entusiasmo che spinge le sue produzioni e scelte. Lo spot riprende una scena dall’ultima stagione di *“Stranger Things”*. “ la serie ritenuta più accattivante del servizio, che ha commosso il pubblico amante dei mystery e fantasy vintage. Nella serie, tutti pensano che un bimbo si sia immaginato una fidanzatina, poi riesce ad incontrarla e le dedica la loro canzone [“NeverEnding Story”](#) interpretata da **Limahl**.

Un accenno della storia di Netflix

Netflix nasce come attività di noleggio di DVD, fondata come società da **Reed Hastings** e **Marc Randolph** il **29 agosto 1997** a Scotts Valley, in **California**. Dal 2011 offre esclusivamente un **servizio di streaming online on demand** di film, serie televisive e altri contenuti di intrattenimento a pagamento, con sottoscrizione di un abbonamento. La sede centrale “ a **Los Gatos**, in California, le altre sedi sono nei Paesi Bassi, Brasile, India, Giappone, Corea del Sud, Spagna, Francia, Regno Unito, Germania e in Italia. Oggi “ tra le maggiori [aziende che si occupano di streaming](#), e ad aprile 2020 “ arrivata a circa 180 milioni di abbonati nel mondo.

Ritieni che il claim “Nulla ci unisce come una storia”, sia in linea con il nuovo spot? Cosa ti aspetti dalle prossime produzioni Netflix?

Hits: 1

L'articolo “Nulla ci unisce come una storia”, il claim di Netflix “un inno alla corallità” proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

27 Marzo 2021

Autore

default watermark