

Il successo dei remake: quando la nostalgia fa bene al marketing

Inutile negarlo, con il passare degli anni diventiamo tutti un po' nostalgici. I "bei vecchi tempi", che siano gli anni '90, '80 o ancora precedenti, sono sempre connessi ad emozioni positive, ricordi piacevoli, momenti spensierati e gioiosi. E sono tanti gli studi che dichiarano che **la nostalgia ci fa bene**; ripercorrere il passato ci dà sicurezza, influisce positivamente sul nostro umore, probabilmente ci aiuta ad affrontare meglio il presente.

Ecco che i nostri vecchi giochi, i film che vedevamo un tempo, la musica che ascoltavamo, persino il cibo, ci sembrano migliori di quelli che abbiamo a disposizione oggi. Probabilmente li idealizziamo soltanto, ma una cosa è certa (oltre al fatto che stiamo invecchiando): ci siamo affezionati a molte delle piccole cose che riguardano il nostro passato...e pensare di riaverle o farle provare ai nostri nipoti o figli ci sembra stupendo. **E qui entra in gioco in marketing**, che non vuol dire soltanto vendere, ma capire come farlo, quali tasti toccare, quali leve spingere per farci innamorare di un prodotto. Se però noi ne siamo già innamorati...il gioco è fatto, ed è più semplice del dover cominciare da zero: basta riproporre, promuovere bene, innescare il fattore amarcord, trasformare un prodotto del passato in un cult.

Scopri il numero dedicato al marketing della nostalgia:

- **[Back to the Future](#)**

Far leva su una connessione emotiva già esistente, vendere ricordi in altre parole, è una strategia già ben collaudata da molte grandi aziende con risultati quasi sempre positivi; se non di vendita almeno di branding. Insomma infondere un po' di nostalgia nel marketing può essere sempre una buona idea.

Ecco alcuni degli esempi più interessanti tra i remake di prodotti degli ultimi anni

Il Nokia 3310

Nokia ha riproposto un paio di anni fa il suo storico 3310. E' stato il primo cellulare per molti trentenni di oggi, si poteva personalizzare con le tante cover colorate e soprattutto si poteva usare per giorni senza mai doverlo ricaricare, nonostante le tante ore di gioco con l'amatissimo gioco Snake. Sapevamo già prima del rilancio che non avrebbe mai potuto sostituire gli smartphone da cui siamo ormai dipendenti, infatti Nokia l'ha proposto ad un prezzo quasi simbolico: 49 euro.

Cosa sono 49 euro per un ricordo felice?

Contestualmente alla presentazione del remake del 3310 (rigorosamente con Snake e suonerie originali) Nokia ha presentato anche i suoi tre nuovi smartphone.

Si, il passato che ritorna, a volte, è anche utile per illuminare il nuovo che avanza.

Pokémon GO

I Pokémon li abbiamo conosciuti nel 1996, quando fu lanciato il famoso gioco per Game Boy di Nintendo. Altro non sono che **piccoli mostri colorati (poket monsters)**. Negli anni sono stati realizzati diversi videogiochi per le varie console e poi anche giochi non interattivi, carte, cartoni animati... insomma il giro d'affari intorno a Pikachu e i pokemon in generale sembra essere stato enorme e 20 anni dopo è tornato a far fatturare più di un milione di dollari. Come? Con la sua versione aggiornata e tecnologica: un gioco per Apple ed Android basato su realtà aumentata e geolocalizzato con GPS che è diventato una vera e propria mania in tutto il mondo.

Razr Motorola

La notizia è recente: **Motorola** (oggi controllata dal gruppo cinese Lenovo) starebbe per rilanciare **Razr**, il telefono a conchiglia che spopolava nei primi anni del 2000. **Razr** è uno dei cellulari più venduti di sempre (130 milioni di pezzi venduti). La nuova versione, secondo le indiscrezioni, potrebbe essere lanciata a breve e sarebbe anche in questo caso pieghevole, grazie ad uno schermo Oled di nuova generazione. Il lancio avverrà nel mese di Febbraio in primis nel mercato americano ad un prezzo di 1500 dollari, più del doppio del prezzo della versione originale.

Le console storiche Nintendo in versione mini e il Commodore 64

La linea **Nintendo Classic Mini** ha riportato in vita le storiche console come il NES o il Super Nintendo, apprezzate sia da chi riprovare l'ebbrezza dei vecchi tempi che dai più giovani, attirati dalla novità anche se un po' vintage. Inoltre dopo 35 anni è tornato anche il **Commodore 64**. Si tratta di versioni mini, davvero molto più piccole delle originali, ma riprodotte fedelmente in ogni singolo particolare, che hanno avuto un successo quasi incredibile.

Per approfondire:

- [Un mix tra tecnologia e tanta nostalgia: torna in commercio il mitico Commodore 64!](#)

Non parliamo di sola nostalgia tech, il **fattore revival** invade ormai tutti i settori: dalla musica alla tv, dalla moda all'arredamento e ovviamente anche il settore food. Quali sono le Madeline della nostra generazione? Ci sono dei prodotti che associamo così tanto a ricordi positivi della nostra infanzia che sono stati chiesti a gran voce (e ottenuti) proprio dai consumatori stessi, **tutto grazie al potere del web**. Le aziende, nella maggior parte dei casi, hanno saputo accogliere la richiesta e cogliere l'occasione per mostrarsi attente alle esigenze dei clienti...e fare **branding**.

Per approfondire:

- [Scopri il nostro numero: "Questione di Branding"](#)

Ecco un paio di esempi

Winner Taco

*Il gelato Algida degli anni '90 è tornato sul mercato nel 2014 grazie ai social media e in particolare alla pagina Facebook **"Ridateci il winner taco"** che per anni ha celebrato e richiesto anche in modo ironico il ritorno dell'amato gelato con post e vari meme. I follower della pagina hanno organizzato, poi, delle vere e proprie proteste anche sulla pagina Algida ufficiale, fino a convincere l'azienda a rilanciare il prodotto. Una grande vittoria per il popolo del web che rimarca ancora una volta la forza dei consumatori con l'avvento dei social media.*

Il soldino in edizione limitata

*Una storia simile è quella del Soldino Mulino Bianco, la merendina del Mulino Bianco che più manca a chi è stato bambino negli anni '80 e '90. Anche questa richiesta a gran voce sui social, ma ritornata in edizione limitata soltanto grazie alla community Nel Mulino Che Vorrei nel 2010, la piattaforma nata per dar voce ai consumatori. **Il ritorno del soldino è stata una delle idee più votate all'interno della community**, e l'azienda, che con la community si era impegnata a realizzare i desideri dei clienti, ha deciso di riproporlo in occasione dell'Eurochocolate, a Perugia, in versione gigante realizzata appositamente da maestri cioccolatai. Nello stesso periodo è stata creata una Limited Edition del soldino in vendita in una speciale scatola di metallo: lo scrigno del Soldino.*