Sanbittèr approda su Netflix con un corto pubblicitario

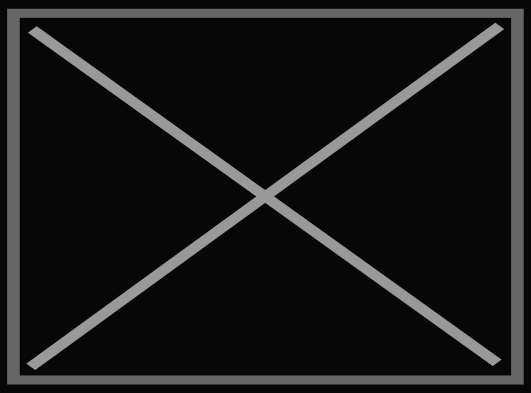
sanbitter-tutti-i-colori-dellaperitivo-1-160cd38b

A novembre Netflix ha lanciato “Netflix’s Basic with ads”, un piano di abbonamenti più economico che include intervalli pubblicitari e che costa solamente 5,49 euro al mese in Italia ma sarà disponibile anche in Australia, Brasile, Canada, Corea, Francia, Germania, Giappone, Messico, Regno Unito, Spagna e Stati Uniti.

Tra i brand a partecipare a questa innovativa iniziativa c’è anche **Sanbittèr**, che con ogni sua referenza vuole celebrare il momento dell’aperitivo attraverso il colore, la serenità e la condivisione. E quale migliore occasione per farlo se non durante il periodo più magico e conviviale dell’anno? È risaputo, infatti, che con l’arrivo delle festività natalizie ritornino anche le reunion familiari, le luminarie, i regali, e gli aperitivi in compagnia di amici e parenti che accendono l’atmosfera delle feste.

In questo contesto, **Sanbittèr** – grazie ad ogni sua sfumatura – continua ad essere **ambasciatore e protagonista di una delle tradizioni più amate dagli italian**i: l’aperitivo. Così, da Sanbittèr Rosso a Bianco, dalle referenze di Sanbittèr Passion Fruit, Sanbittèr Pompelmo, Sanbittèr Sambuco e Sanbittèr Zenzero fino a Fizz, Sanbittèr augura agli italiani un sereno Natale all’insegna della convivialità e del vivere a colori.

Sanbittèr porterà dunque il suo spirito frizzante e la sua vivacità sulla piattaforma di streaming più famosa al mondo: a partire **da ieri, 1 dicembre, e fino a fine mese** Sanbittèr lancerà su Netflix una **campagna che coinvolgerà connected TV, tablet, mobile e desktop.**



La creatività del corto pubblicitario riprende quella lanciata in TV lo scorso anno, incentrata sulla celebrazione dei colori, della condivisione e delle emozioni. Tutti I Colori Dell’aperitivo, nata dall’idea creativa di Armando Testa, tornerà dunque **on air sulle note della celebre canzone “Vivere a colori” d**i Alessandra Amoroso, il cui titolo è di per sé una filosofia di vita ed un augurio: quello di vivere con **entusiasmo e positività** e sempre alla ricerca della serenità. Il brand, infatti, con il racconto di ogni aperitivo Sanbittér presente nella campagna, vuole accompagnare e riaccendere tutti quei momenti di gioiosa convivialità e condivisione.

A partire da un totale blackout - incipit dello spot - si arriva alla **crescente accensione delle luci e dei colori** di cui si fa ambasciatore Sanbittèr, colori che caratterizzano i suoi prodotti e che, grazie al ritmo delle illuminazioni a LED dei cellulari, diffondono quella giocosità e quella spensieratezza tipiche del momento.

Così l’**emblema dell’aperitivo analcolico** italiano torna a raccontarsi riaccendendo l’atmosfera del rito più amato dagli italiani con il messaggio positivo di “vivere a colori.”
Il piano Netflix’s Basic with ads offre la possibilità di raggiungere un pubblico eterogeneo in un ambiente premium con un'esperienza pubblicitaria ad alta risoluzione.

Abbonarsi è semplice: basterà collegarsi al sito Netflix.com ed effettuare la registrazione, scegliendo poi, il piano desiderato.