

# Come le Birkenstock rosa Barbie Arizona diventano cult

Maria Cattini | 28/07/2023 | Di tutto di più

---

## Le Birkenstock rosa Barbie Arizona ormai sono diventate un must-have.

La febbre da Barbie continua ad impazzire in tutto il mondo. A una settimana dall'uscita del film nelle sale cinematografiche, l'effetto rosa sta contagiando i guardaroba di tutte le [fashion addicted](#). Gli scaffali dei negozi sono stati rapidamente invasi da accessori, top, gonne, vestiti e chi più ne ha più ne metta, purché sia di un delicato rosa Barbie, ispirato alle sfumature indossate da Margot Robbie e dalle altre Barbie sul grande schermo.

L'app di shopping "Lyst", nota per i suoi frequenti report riguardanti l'andamento dei prodotti moda e dei trend, ha condiviso recentemente un dato interessante sul film di Greta Gerwig.

## Proprio il 25 luglio, hanno riportato che la ricerca delle Birkenstock Arizona è aumentata del +110% a partire dallo scorso venerdì 21 luglio.

Proprio dopo la scena del film in cui Barbie Stramba propone a Barbie Stereotipo la scelta tra un paio di décolleté e un paio di Birkenstock Arizona.

L'impatto del film sulle preferenze di acquisto è evidente dai dati analizzati dalla piattaforma.

La scena in cui Barbie Stereotipo indossa le Birkenstock Arizona rosa, dichiarando che non indosserebbe mai i tacchi se i suoi piedi fossero così, ha fatto il giro del web e ha catturato l'attenzione del pubblico.

## Le Birkenstock, fino a poco tempo fa considerate poco fashion, sono diventate il must-have di questa estate grazie alla loro apparizione nel film.

## **Le Birkenstock rosa Barbie Arizona sono diventate il simbolo dell'accettazione di sé stessi e della comodità, rompendo gli stereotipi di bellezza e di stile imposti dalla società.**

Le Birkenstock non sono certo le scarpe ideali da indossare in un mondo rosa e infiocchettato come quello di Barbie. Il product placement delle Birkenstock nel film Barbie è stato sicuramente un colpo di genio. L'operazione di marketing è stata intelligente e inaspettata, ma ha dimostrato di essere efficace nel raggiungere i bisogni di entrambi i protagonisti coinvolti.

Da un lato, l'azienda produttrice di Barbie, Mattel, aveva bisogno di ripulirsi la reputazione e adattarsi a un mondo sempre più inclusivo. Dall'altro, il brand di ciabatte Birkenstock cercava di rafforzare il suo posizionamento come prodotto trendy. Entrambi i brand avevano esigenze che si incastravano perfettamente tra loro, rendendo il product placement la mossa ideale.

La scelta di fare leva sull'autoironia nel film è stata vincente, giocando sulla vergogna dei piedi che molte persone provano. Le Birkenstock non sono famose per essere esteticamente belle, ma funzionali. Questo ha reso il personaggio di Barbie più umanizzato e ha incoraggiato il pubblico ad accettare sé stessi.

## **Il messaggio finale del film è stato potente: l'accettazione di sé stessi è più importante dell'opinione degli altri. Barbie indossa le ciabatte con fierezza, dimostrando che la bellezza esteriore non è tutto.**

La Barbie-mania continua a crescere, dimostrando che il fascino della famosa bambola non ha età né confini. E l'ascesa delle Birkenstock Arizona come accessorio di moda è solo l'ultima dimostrazione di come il mondo del cinema possa influenzare il nostro modo di vestire e di vedere la moda. In fondo, il rosa Barbie è più di un semplice colore, è diventato uno stile di vita.



## **Il Product Placement nella Moda: Quando lo Stile Incontra il Cinema**

Il product placement è una strategia di marketing che mira a inserire prodotti o marchi in opere cinematografiche, televisive o altri media di intrattenimento, al fine di promuoverli in modo sottile ma efficace. Questa pratica è diventata sempre più comune nel mondo della moda, con i brand che vedono nelle produzioni cinematografiche un potente veicolo per raggiungere un vasto pubblico e promuovere il loro stile e i loro prodotti.

### **Il product placement nella moda non è una novità degli ultimi tempi.**

Sin dagli anni '50, i designer e le case di moda hanno cercato di farsi notare attraverso l'inserimento dei loro capi o accessori nei film di Hollywood. Tuttavia, negli ultimi anni, il product placement è diventato sempre più sofisticato e mirato, grazie alle nuove tecnologie e alla crescente importanza dei social media.

La moda, come l'industria dell'intrattenimento, è un settore altamente influente e desiderato. I brand di moda cercano costantemente di essere al centro dell'attenzione, di essere associati a celebrità e di essere riconosciuti come sinonimo di stile e glamour. Il product placement rappresenta un'opportunità perfetta per raggiungere questi obiettivi.

## **Inserire i prodotti di un brand in un film o una serie TV offre una vetrina senza pari.**

Quando i personaggi indossano capi o accessori di un marchio noto, il pubblico non solo li vede, ma può anche desiderarli. Il potere dell'associazione tra un prodotto di moda e una celebrità è ineguagliabile. Le emozioni e l'immagine positiva associate ai personaggi sullo schermo si trasferiscono ai prodotti che indossano.

La moda, infatti, è spesso uno dei protagonisti principali delle produzioni cinematografiche. I costumi contribuiscono a creare atmosfere e caratterizzare i personaggi, dandone una personalità e uno stile distintivo. I capi indossati dai protagonisti diventano così delle icone, delle opere d'arte da ammirare e imitare.

## **Un esempio classico di product placement nella [moda](#) è quello di Audrey Hepburn nel film "Colazione da Tiffany".**

Il suo personaggio Holly Golightly è diventato un'icona dello stile, grazie anche all'iconico abito nero indossato da Hepburn nel film. Quell'abito è diventato un simbolo del brand Givenchy, che ha ottenuto una visibilità senza precedenti grazie alla presenza di Audrey Hepburn sul grande schermo.

Anche le serie TV hanno avuto un impatto significativo sulla moda. Un caso eclatante è quello di "Sex and the City", dove il guardaroba delle quattro protagoniste era tanto ammirato e imitato quanto le trame stesse della serie. Il [product placement](#) nella moda è stato così rilevante che sono stati creati interi servizi di shopping ispirati alle scelte di stile dei personaggi.

Negli ultimi anni, con l'avvento dei servizi di streaming online, la presenza del product placement nella moda è cresciuta esponenzialmente. Le serie TV diventano delle vere e proprie maratone di stile, con gli spettatori che si affannano a scoprire i brand e i capi indossati dai personaggi.

Un altro esempio recente è la serie "Emily in Paris", dove l'abbigliamento della protagonista Emily, interpretata da Lily Collins, ha avuto un grande impatto sulla moda. I capi indossati da Emily sono diventati oggetto di desiderio e hanno ottenuto una notevole esposizione mediatica.

Inoltre, sempre più spesso, i brand di moda creano vere e proprie campagne pubblicitarie ispirate ai film o alle serie TV, sfruttando la popolarità dei personaggi e delle trame per aumentare la visibilità dei loro prodotti.

## **Tuttavia, il product placement nella moda non è sempre una strategia a basso costo.**

Inserire un prodotto o un brand in una produzione cinematografica può comportare costi significativi. Inoltre, il rischio di un product placement mal riuscito è sempre presente. Se il pubblico percepisce il product placement come troppo invasivo o poco naturale, potrebbe avere un impatto negativo sulla reputazione del brand.