

 **LASTORIA**
di GIULIA D'ALEO

Concerti, gadget e raduni per la serie tv dei record è Stranger Things-mania

Tutto esaurito a Milano per lo show ispirato alle colonne sonore anni '80 "Piace perché è un ponte tra le generazioni"

Per un evento a tema fantascienza ci si aspetterebbe un pubblico di nicchia, magari un po' nerd, ma *Stranger Things* non è una serie tv come le altre. Per questo i biglietti per il concerto di ieri sera al Fabrique di Milano sono andati sold out in un attimo, lasciando tanti in lista d'attesa. Avranno aiutato i nomi di artisti come Mahmood, Francesca Michielin, Manuel Agnelli, Rose Villain e Rockin'1000, chiamati da Netflix a interpretare i brani iconici del suo show cult. Ma la realtà è che per la serie-evento per eccellenza i confini del piccolo schermo sono troppo stretti e ogni nuova uscita diventa un appuntamento collettivo, ancor più quando si aspettano le ultime puntate di un fenomeno televisivo lungo nove anni. Proiezioni, spettacoli a tema, gadget di ogni sorta: è la *Stranger Things*-mania.

Al Fabrique, chi voleva uscire dalle dimensioni del televisore ha indossato abiti vintage – ma andavano bene anche costumi per esprimere il proprio lato «Stranger» – e ha ascoltato dal vivo «lo Stranger Sound». Eventi speciali e incontri con gli attori non sono mancati neanche a Londra, mentre le strade di Madrid accolgono esperienze immersive con oggetti di scena. Eppure ai fan non basta: sui forum europei si lamenta l'esclusione dalle proiezioni collettive che riempiranno, invece, 350 sale statunitensi. Allora c'è chi si attrezza come può: «Abbiamo riservato un teatro a Formello per un evento cosplay», fanno sapere dalla fanbase italiana. E anche al The Box Hotel di Riccione, il 31 dicembre è a tema: «Festeggia come fosse il 1985».

Dopo un'attesa lunga quasi quattro anni, la quinta stagione viene ri-



Jamie Campbell Bower e Noah Schnapp nella serie *Stranger Things* 5

I NUMERI

1,2 miliardi

Le visualizzazioni

La saga di *Stranger Things*, nelle sue cinque stagioni, ha superato 1,2 miliardi di visualizzazioni. Si tratta della più alta in assoluto per la serie Netflix.

5,8 milioni

Sui social

Sui social la campagna marketing per il lancio di *Stranger Things* 5 è stata la più grande di sempre per Netflix, con 5,8 miliardi di impressioni.



+1.250%

Su Spotify

Secondo Spotify, la canzone *Upside Down* di Diana Ross (1980) utilizzata nella serie ha visto un aumento del 1.250% di ascolti. *We're Alone Now* di Tiffany (1987) è cresciuta dell'880%.

850 mila

I biglietti per lo show

L'evento dal vivo *Stranger Things: The Experience*, lanciato nel 2022, ha venduto 850 mila biglietti in tutte le più grandi città del mondo.

● Lo zainetto e, sotto, bracciali, scarpe e tazze "Stranger Things"

lasciata in tre volumi: la prima a novembre, la seconda a Natale, il gran finale nella notte di Capodanno. E allora sveglia puntata alle 2 del mattino (ora italiana), maratone compulsive e così tanti accessi da mandare Netflix in down: lo show dei fratelli Duffer è già destinato a diventare il più visto di sempre sulla piattaforma, battendo le sue stagioni precedenti. La trama è ormai patrimonio comune: un gruppo di ragazzini riunito intorno a Undici, protagonista con poteri psicocinetici, deve salvare il mondo dalle malvagità del mondo parallelo, il Sottosopra. Potrebbe sembrare solo una serie teen, ma la formula magica è la nostalgia, restituita attraverso l'ambientazione anni '80 e un citationalismo che spazia da King a Spielberg. «Riesce a essere un ponte intergenerazionale» – spiega Paola Dalla Torre, docente di sociologia delle serie televisive alla Lumsa – I boomer ci rivedono i film con cui sono cresciuti, come *Ritorno al futuro*. Ma è girata secondo le regole delle serie moderne e parla la lingua della GenZ». Anche nelle modalità di fruizione: «È stato il primo vero fenomeno di *binge watching* – commenta Daniele Giannazzo, content creator esperto di cinema – Un pubblico enorme ha scoperto un modo nuovo di guardare le serie».

Il successo fa sì che qualsiasi cosa *Stranger Things* tocchi si trasformi in oro. Dopo aver riportato in auge la sciencefiction, lo show ha decretato il successo della colonna sonora *Running up that hill* di Kate Bush, entrata per la prima volta nella top ten statunitense a 38 anni dalla sua uscita. «L'abilità è stata rendere il mondo di *Stranger Things* tangibile grazie agli eventi e i gadget. E tutti vogliono esserne parte». Aiutano le operazioni di marketing massicce: dalla campagna a punti Conad alla capsule collection della moka Bialetti. Ma c'è anche dell'altro: «Diventa qualcosa in più di una semplice serie – conclude la sociologa – è un immaginario culturale condiviso che resterà nel tempo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA