

**La campagna di Amazon per le festività natalizie racconta come i gesti di gentilezza quotidiani possano regalare gioia.**

*L'iconica canzone del 1965 di Bacharach-David "What the World Needs Now" è la colonna sonora di questa storia commovente, in cui una consegna Amazon aiuta a risollevarlo un collega in modo "spettacolare".*

*Lo spot "L'Opera di Mezzanotte", disponibile a [questo link](#), viene lanciato oggi, 4 novembre, in Italia e dà il via alla campagna di brand integrata di Amazon per le festività. Verrà trasmesso su TV, video on demand, video online, outdoor, cinema e social fino alla fine di dicembre.*



La campagna natalizia 2024 di Amazon mostra come piccoli gesti di gentilezza possano suscitare una gioia in grado di riunire le persone. Protagonista è "L'Opera di Mezzanotte", un commovente film di brand che racconta la storia di un addetto alle pulizie di un teatro la cui nascosta abilità vocale viene scoperta e celebrata dai suoi colleghi durante il suo turno di lavoro.

Lo spot si apre sull'addetto alle pulizie che svolge i suoi compiti giornalieri nel teatro, cantando piano tra sé e sé. Vediamo un assaggio della sua passione di una vita per il canto, mentre apre il suo armadietto per rivelare una foto di sé da giovane che si esibisce sul palco. Dopo che i suoi colleghi ascoltano la sua voce straordinaria, che riecheggia dolcemente nei vuoti corridoi del maestoso edificio, decidono di organizzargli una sorpresa speciale. Tutti insieme, trasformano il sontuoso teatro Sonnet in un vero e proprio palcoscenico, completo di illuminazione, scenografia e, con grande stupore del protagonista, una traccia strumentale di supporto.

Con un po' di aiuto da parte di Amazon, l'ultimo tocco è la consegna veloce di un elegante smoking nero, che permette alla star di salire sul palco e, incoraggiato dai suoi colleghi, iniziare a cantare. Mentre i suoi colleghi prendono posto, l'addetto alle pulizie esegue una toccante versione della classica canzone del 1965 di Bacharach-David "What the World Needs Now Is Love", mostrando la sua spettacolare e sorprendente abilità vocale.

La canzone senza tempo di Burt Bacharach e Hal David "What the World Needs Now" è diventata un inno immortale, elegantemente pop, presente in serie TV e film molto amati e cantato nelle sale karaoke in tutto il mondo, in grado di ricordare a tutti di quanto sia duraturo il potere dell'amore, della connessione e della compassione.

Lo spot cattura l'importanza dello spirito di squadra sul posto di lavoro e la gioia di sostenere i sogni degli altri. Riflette su come gesti apparentemente piccoli possano creare momenti significativi e celebra il coraggio necessario per condividere i propri talenti.

"L'Opera di Mezzanotte è una storia che celebra la gioia di fare qualcosa di speciale per le persone nella nostra vita. Credo che tutti conosciamo la meravigliosa sensazione di essere i destinatari di piccoli gesti di gentilezza - che si tratti di un regalo premuroso o di una parola incoraggiante - e abbiamo voluto dare vita a quell'emozione speciale", ha dichiarato **Jo Shoosmith, Global Chief Creative Officer di Amazon**.

**Ed Smith, Direttore Generale del Marketing Integrato per l'Europa di Amazon**, ha aggiunto: "*Sono stati i nostri clienti ad ispirare la nostra campagna, siamo onorati di svolgere anche un piccolo ruolo nell'aiutare a rendere possibili questi momenti di connessione e generosità. Speriamo che L'Opera di Mezzanotte ispiri gli spettatori a sostenersi a vicenda in questa stagione natalizia, e che si sentano in grado di identificarsi con la storia, che siano coloro che inseguono i loro sogni o quelli che supportano gli altri nel raggiungerli*".

Prodotto dal team creativo interno di Amazon in collaborazione con la società di produzione Hungry Man e diretto dal regista pluripremiato Wayne McClammy, lo spot natalizio 2024 di Amazon andrà in onda da oggi, 4 novembre, nel Regno Unito, Francia, Germania, Italia, Spagna, Irlanda, Austria, Belgio, Paesi Bassi e Svezia, e negli Stati Uniti e in Canada dal 18 novembre, e verrà trasmesso fino a dicembre. Lo spot andrà in onda come spot da 30 e 60 secondi in tutto il Paese su TV, video on demand, online e sui canali social.

La versione da 90 secondi dello spot è disponibile [qui](#). Gli scatti della campagna sono disponibili [qui](#).

## **Credits**

### **Amazon**

Jo Shoosmith – VP Global CCO

Tom Pettus – Global Executive Creative Director

Joe Godard – Creative Director

David Lord – Creative Director

Philip Griffiths – EU Executive Creative Director

Josh Cassidy – Group Creative Director

Vicente Feliciano – Group Creative Director

Vanessa MacAdam – Executive Producer

Tania Ali'iKoa, Creative Producer

Claudine Cheever – VP Global Brand and Fixed Marketing

Ed Smith – GM EU Integrated Marketing

Walter Frye – Global Director of Retail Brand Marketing

Laura Downey – Global Head of Brand and Retail Campaigns

Tessa Pauly – Sr. Brand Marketing Manager

Grant Goodwin – Sr. Campaign Manager

Hannah Pollinger – Sr. Creative Program Manager

Steve Ballinger – Sr. Creative Program Manager

Melissa Somosky – Sr. Content Acquisition Manager, Music Licensing

Garett Levy - Sr. Global Brand Planner

**Production**

Director – Wayne McClammy

Production Company – Hungry Man

Managing Partner – Kim Dellara

Producer – Rick Jarjoura

DOP – Christian Sprenger

Editing House – Exile Edit

Editor – Kirk Baxter

Colorist – Ricky Gausis

VFX – Jamm VFX

Sound House – Lime Studios

Sound Engineer – Matt Miller

Recording Studio - The Village Recorder/Abbey Road Studios

Music – Shindig Music and Sound, Los Angeles/DLMDD, London