La campagna globale 2018 di Pepsi Max

pepsi-football-2018-player-roster-cans-trademark-0eb1c015

Nel corso del tempo, Pepsi Max ha rallegrato ogni generazione, creando un forte legame tra i fan e l'intrattenimento che ha reso il marchio una vera e propria icona nella cultura pop. Ora che lo sport più popolare al mondo è entrato, come non mai, nei cuori e nelle menti di tutti noi, Pepsi Max annuncia la sua campagna mondiale 2018 "LOVE IT. LIVE IT. FOOTBALL." Pepsi Max quest'anno ci riserverà infinite occasioni per vivere e amare il calcio: contenuti virali da condividere sulle star del calcio, momenti ed esperienze sorprendenti e molto altro ancora.

"Da anni Pepsi Max porta tra la gente gli eroi più celebri e le promesse di questo sport, in modo del tutto inatteso e divertente, intrattenendo i fan con storie inedite sui giocatori del loro cuore", ha commentato **Natalia Filippociants**, Senior Marketing Director, Global Pepsi Trademark, Global Beveage Group, PepsiCo." *Lo stretto legame tra il calcio e il nostro marchio, tra i giocatori e i nostri fan in tutto il modo non è altro che l'amore per il gioco. Quest'anno, tutte le nostre attività ci permetteranno di amare e vivere intensamente il calcio come mai prima d'ora".*

"LOVE IT. LIVE IT. FOOTBALL.", la grande campagna 2018, sviluppata a 360 gradi, unisce arte e sport per dare vita a questo bellissimo gioco - sia in campo che fuori - presentando lo sport e la nostra squadra internazionale di calciatori con uno stile unico, popolare e travolgente:
• Leo Messi, cinque volte miglior calciatore dell'anno e quattro volte vincitore della UEFA Champions League
• Marcelo, difensore brasiliano di fama mondiale e vincitore della UEFA Champions League per tre anni consecutivi
• Toni Kroos, centrocampista tedesco, tre volte vincitore della UEFA Champions League,
• Carli Lloyd, pluripremiata playmaker statunitense, due volte vincitrice del Women's Best Player of the Year
• Dele Alli, nascente stella inglese, eletto due volte dalla Professional Footballers' Association (PFA) come giovane dell'anno

Sotto il marchio Pepsi, l’originale estetica artistica unisce e pervade tutti gli elementi – dal packaging con i calciatori in edizione limitata, alle affissioni - più opere d’arte che cartelloni pubblicitari- ai contenuti digitali d’effetto fino all’ attesissimo spot televisivo che verrà trasmesso in più di 60 paesi nel mondo.

Spot TV

Lo spot televisivo internazionale “Love It. Live It.”, trasmesso in concomitanza con la partnership ufficiale del marchio con la UEFA Champions League, porta tra la gente cinque tra i più famosi calciatori al mondo per un entusiasmante e intenso incontro con i fan. Le stelle del calcio della squadra Pepsi Max 2018 – Leo Messi, Marcelo, Toni Kroos, Carli Lloyd e Dele Alli – daranno prova della loro abilità e agilità correndo attraverso la folla e schivando palle di vernice provenienti da ogni direzione. Quando sempre più persone decidono di vivere l'attimo, partecipano al gioco e fanno il tifo per i giocatori, energia ed entusiasmo diventano palpabili. Muri, finestre e persone si imbrattano di vernice dalla testa ai piedi. Ancora una volta Pepsi Max offre ai fan un modo completamente nuovo di vivere il gioco che amano, con un colpo di scena, invitando tutti a partecipare, al ritmo di “Light it Up (feat. Nyla & Fuse ODG) (Remix)” di Major Lazer.

L’arte del calcio

Dall’inarrestabile Messi, la cui presenza regna sul campo, a Marcelo, campione di stile e tenacia, ogni atleta ha una caratteristica unica che Pepsi vuole portare alla luce con una serie di audaci ritratti in bianco e nero, catturati dal celebre fotografo Danny Clinch. Le fotografie di Clinch catturano lo spirito, il carattere e l’energia di ognuno dei giocatori della squadra Pepsi Max e fungono da tela per sovrapposizioni artistiche estremamente personali, realizzate da artisti visivi provenienti dai paesi d’origine degli atleti. Diego Jimenez (alis DIYE) (Argentina), Bicicleta Sem Freio (Brasile), Dennis Schuster (alias DXTR) (Germania), Kim
Sielbeck (Stati Uniti) e Iain Macarthur (Regno Unito) hanno progettato la propria interpretazione grafica della storia di ogni giocatore.

• Messi x Danny Clinch x DIYE: DIYE ha creato una metafora visiva, il leone, per rappresentare Messi sia in campo che fuori: un centrocampista esplosivo e re indiscusso del campo che porta con sé un’eredità immensa.
• Marcelo x Danny Clinch x Bicicleta: L’energia e il forte impatto dell’opera d’arte di questo duo artistico sono in sintonia con il cuore e l’anima di Marcelo, con diversi elementi che raccontano la sua storia e i suoi interessi, parlando del suo paese e del forte impegno per la famiglia e per il calcio.
• Kroos x Danny Clinch x DXTR: Giocose immagini ritraggono Kroos come il “maestro” - un leader attento sul campo, in grado di orchestrare partite straordinarie con uno stile incredibilmente elegante.

• Lloyd x Danny Clinch x Kim Sielbeck: la dualità di Lloyd in campo e fuori- aggressiva e inarrestabile, ma di grande umiltà - viene raffigurata da Sielbeck con elementi rigidi e organici che plasmano un’immagine selvaggia, intensa e carica di emozioni, racchiudendo al centro il suo forte desiderio di vittoria.
• Dele x Danny Clinch x Iain: evocando il forte senso di Dele per la moda, le forme e i motivi creano un movimento in cui tutto circola intorno a Dele, trasmettendo la sua personalità così imprevedibile, audace ed eccezionale come il suo stile di gioco.
Nel corso dell’anno, Pepsi Max pubblicherà ulteriori contenuti ed esperienze sensazionali che consentiranno ai fan di amare e vivere lo sport, tra cui:
• conversazioni personali con i giocatori
• contenuti da COPA90, uno dei più grandi produttori di contenuti di calcio e divertimento del Web
• accesso e intrattenimento alla Finale di UEFA Champions League