Pepsi lancia una collezione moda e presenta l'acqua Qua

pepsi-vogue-dubai-1-4fa43173

Pepsi e Vogue Italia svelano il risultato della loro collaborazione. Una capsule collection di 20 pezzi disegnata da 10 talenti emergenti selezionati in tutto il mondo. Presentata in occasione della Vogue Fashion Dubai Experience 2014, la collezione “The Pulse of New Talent” la collezione è un amalgamento di energie provenienti da diverse parti del globo.

Tra tutti, una designer in particolare ha colpito Pepsi. Masha Reva, proveniente dall’Ucraina, ha ricevuto un contributo di 50,000 Dollari per lanciare il suo brand.

“Siamo rimasti colpiti dal livello di sofisticazione, visione e design che questi giovani creativi hanno portato a questa collaborazione“, ha dichiarato Mauro Porcini, Senior Vice President e Chief Design Officer PepsiCo. “Il modo in cui hanno ridisegnato la nostra palette cromatica e l’iconico logo è stato molto rinfrescante per la collezione “The Pulse of New Talent”, e senza dubbio, sono i nuovi talenti che creeranno gli stili e la cultura del domani“.

Altre grande novità per PepsiCo l'ingresso nel mercato delle acque in bottiglia: il primo banco di prova per “Qua”, il nuovo brand lanciato dal colosso americano delle bevande gassate, è il tappeto rosso dei Golden Globe, considerati l'anticamera degli Oscar e l'evento più atteso di domenica 12 gennaio.

PepsiCo con il nuovo marchio ha come obiettivo quello di raggiungere un target variegato ed entrare nel panorama delle acque in bottiglia "di tendenza", già affollato da brand quali Evian, Smartwater e Fiji Now. Inizialmente si era pensato al nome “Om”, ma dopo alcuni test sui consumatori, si è optato per “Qua”, una versione abbreviata di “aqua” (versione americanizzata della parola acqua".