Pepsi Max celebra i momenti di passione contagiosa dei tifosi

pepsi-max-football-key-visual-2-8cba9ec1

Nel 2017 Pepsi MAX celebra i momenti “Live For Now” della vita. Momenti in cui decidiamo di lasciar andare, scegliamo di agire, seguire la nostra passione e niente ci può fermare. E non c’è miglior momento “Live for Now” di quello spontaneo della passione di un vero tifoso di calcio. In questo secondo anno di partnership di PepsiCo con la UEFA Champions League, la campagna Pepsi MAX dedicata al calcio è la prima replica della piattaforma dei “Momenti” globali del brand che prende vita attraverso il suo iconico marchio.

Affidandosi all’aiuto di atleti superstar per far esplodere l’entusiasmo nel cammino verso la finale della UEFA Champions League del 3 giugno a Cardiff, Pepsi ha nominato Sergio Agüero, Alexis Sánchez e Vincent Kompany per il suo team globale 2017.

Brad Jakeman, Presidente del PepsiCo Global Beverage Group, ha dichiarato: *“Quest’anno, Pepsi celebrerà una molteplicità di momenti – dai bei momenti quotidiani resi grandi a quelli realmente epici come la finale della UEFA Champions League. Pepsi è uno dei più iconici supporter e fan di lunga data del gioco più bello del mondo, e quest’anno porteremo la nostra campagna globale di calcio dal campo agli spalti – celebrando e accendendo la passione contagiosa che prende vita nei tifosi intorno a noi, mostrando al mondo quanto sia importante vivere e amare questo gioco”.*

[embed width="560"]https://youtu.be/yryGQLuK6qY[/embed]

Attraverso il filmato di un inno da super tifoso intitolato “We Know How Much It Means” che mostriamo qui sopra, Pepsi MAX sposta l’attenzione sui tifosi stessi e sulla moltitudine di momenti che risvegliano le nostre passioni durante una partita di calcio – dalla tensione e gli “sfottò” prima della partita, passando per le montagne russe della partita stessa, fino all’esplosione di gioia o alla delusione al fischio finale. Pepsi MAX mostra come questi momenti di passione siano ugualmente importanti in una partita giocata al parco tra amici così come nei gloriosi stadi di Europa.

La campagna ricca di contenuti sarà presentata in quasi 75 paesi con lo scopo di accendere, coinvolgere e trasmettere la passione dei tifosi a partire dalle fasi eliminatorie fino alla finale della UEFA Champions League. Oltre ai contenuti creativi, un progetto di design dirompente fomenterà i cori dei tifosi comparendo sul packaging, per l'out-of-home e l'in-store di tutta l'offerta del marchio registrato Pepsi. I contenuti esclusivi sempre disponibili e condivisibili sui social network sono amplificati da una partnership globale con gli esperti di riferimento per i tifosi di calcio, Copa90 e Bleacher Report. Questa partnership, la prima nel suo genere, creerà contenuti online unici con diversi tifosi in tutto il mondo per un'espressione della passione per il calcio realmente autentica e focalizzata sul tifoso. Trattandosi di momenti caricati da dispositivi mobili, i contenuti prenderanno vita sui canali Facebook, Instagram Stories e Snapchat.

Inoltre, un concorso offrirà ai super tifosi l'opportunità di promettere proprio fino a che punto si spingerebbero per mettere le mani su un premio che si vince una sola volta nella vita: i biglietti per il più grande evento sportivo annuale del mondo, la finale di UEFA Champions League. Portando l'iniziativa nei negozi, Pepsi MAX metterà alla prova i tifosi con "take Your Passion to the Finale". L'attivazione dà ai tifosi appassionati di calcio l'opportunità di vincere, oltre alle borse sportive della UEFA Champions League, gli ambiti biglietti per la finale della UEFA Champions League che si terrà a Cardiff il 3 giugno. A partire dal 6 marzo, i tifosi potranno vincere i favolosi premi attraverso l'app Pepsi MAX scaricabile su iOS e Android. Utilizzando l'app per scansire l'iconico globo Pepsi presente sui pack della promozione, i tifosi entraranno automaticamente in un'esperienza di AR (realtà aumentata) prima di scoprire immediamente se hanno vinto un premio indimenticabile.