Gatorade ingaggia Messi e Rodriguez per la nuova campagna pubblicitaria

james-g-0046bf58

Per la sua nuova campagna di comunicazione globale, Gatorade rinnova la partnership con Lionel Messi, uno dei più grandi campioni del calcio internazionale, e annuncia il coinvolgimento di un'altra star del pallone, James Rodriguez. La campagna comprende uno spot televisivo di 30 secondi intitolato "Fuel the Fire", in cui entrambi gli atleti saranno assoluti protagonisti, ma anche un esclusivo spot digitale di 90 secondi, "The Formula to Unleash," che gode della partecipazione di 4 club europei quali Arsenal FC, Liverpool FC, FC Barcelona e Juventus FC. La campagna ha preso il via il 4 maggio, in simultanea su tutte le piattaforme digitali rispettivamente dell'Europa Occidentale, America Latina, Asia, Messico e Stati Uniti.
Lionel Messi, unico vincitore per quattro volte del Pallone d'Oro, oltre ad essere riconosciuto come il miglior giocatore al mondo, continua ad accumulare premi a livello di squadra e di nazionale: ha infatti portato il Barcellona FC a vincere sei campionati, tre edizioni della Uefa Champions League, e l'Argentina ad arrivare alla finale della Coppa del Mondo 2014, dove ha vinto anche il Pallone d'Oro come miglior giocatore del torneo. «Ho visto con i miei occhi la dedizione di Gatorade nel migliorare le prestazioni attraverso la ricerca scientifica sportiva, e sono entusiasta di consolidare il rapporto esistente tra il Barcellona FC e Gatorade - ha affermato Messi -. Gatorade mi offre l'opportunità di lavorare con gli scienziati più importanti del mondo, che possono aiutarmi a ottenere un vantaggio competitivo e giocare al meglio delle mie possibilità».

[embed width="560"]https://youtu.be/8haCKDAUznI[/embed]
James Rodriguez comincia ad affermarsi sulla scena nazionale dopo aver condotto la Nazionale Colombiana Under 20 alla vittoria del Torneo Toulon 2011. Quello stesso anno, ha nuovamente guidato la squadra U-20 del suo Paese come capitano per la Coppa del Mondo Fifa. Dall'età di 20 anni, Rodriguez è diventato una presenza regolare nella Prima Squadra ed è stato uno dei migliori giocatori durante la Coppa del Mondo Fifa 2014 della scorsa estate, dove ha vinto la Scarpa d'Oro come capo cannoniere ed è stato scelto tra gli 11 membri dell'All-Star Team del torneo.

«Non vedo l’ora di collaborare con Gatorade - afferma Rodriguez - saperne di più sui loro prodotti innovativi e avere l’opportunità di lavorare con il Gatorade Sports Science Institute di fama mondiale. Cerco sempre di migliorare il mio gioco attraverso l’allenamento sul campo e fuori, e sono impaziente di avere l’occasione di lavorare con i più importanti nutrizionisti dello sport per raggiungere le massime prestazioni».

La partnership con due degli atleti più prolifici di questo sport consente a Gatorade di continuare la sua espansione nel mondo del calcio a livello mondiale. È, infatti, attualmente considerato come “il Partner Tecnico Interno” ufficiale di 84 club calcistici in 14 Paesi nel mondo, tra cui la squadra nazionale maschile brasiliana, e club di eccellenza come Arsenal F.C., Liverpool F.C., FC Barcellona e l’italiana Juventus F.C.. «Grazie alle partnership con Lionel Messi e James Rodriguez, stiamo ampliando ulteriormente la nostra presenza nel calcio mondiale e continuiamo a sviluppare le nostre competenze scientifiche come società leader nello Sports Fueling a livello globale - ha affermato Brett O’Brien, general manager e senior vice president Gatorade -. Lavoriamo con i migliori atleti mondiali, quindi rinnovare la nostra partnership con Lionel e aggiungere James alla nostra rosa è stata una scelta naturale. Vogliamo fare tutto il possibile per aiutare tutti i nostri calciatori a svolgere il loro lavoro al meglio».

Messi e Rodriguez, ma anche altre star del calcio mondiale, svolgono un ruolo fondamentale all’interno della nuova campagna di comunicazione, volta a consacrare il ruolo del brand nel mondo del calcio. “The Formula to Unleash” celebra, infatti, l’inestricabile legame tra Gatorade e il gioco più amato al mondo.

Messi“The Formula to Unleash” sarà il primo contenuto della campagna a essere lanciato. All’interno del video si potranno ritrovare elementi visuali, resi con innovative tecniche digitali per mostrare i corpi dei più celebri calciatori impegnati in azioni eroiche, attraverso un immaginario body scanner che ne mette in evidenza l’“ingranaggio interno” alimentato da Gatorade. Questo innovativo linguaggio di comunicazione intende enfatizzare il contributo che lo sport drink è capace di dare alle straordinarie prestazioni dei calciatori. Lo spettatore è condotto quindi in un viaggio virtuale che comincia da una bellissima performance sul campo, per poi entrare - attraverso la tecnica del close-up sui loghi delle maglie delle squadre - in un mondo metaforico che mostra il ruolo giocato da Gatorade nell’alimentare i calciatori dall’interno e aiutarli a raggiungere le migliori performance.

Gatorade proseguirà la sua campagna con lo spot televisivo intitolato “Fuel the Fire”, che verrà lanciato globalmente l’11 maggio. La storia racconta una sequenza di azioni di gioco tra Messi, Rodriguez e un atleta amatoriale. Analogamente a “The Formula to Unleash,” lo spot fa leva su una metafora animata in cui gli ingranaggi interni dei giocatori sono alimentati da Gatorade. Sia la metafora che le scene d’azione hanno come obiettivo quello di mostrare il ruolo di Gatorade nell’alimentare sia giocatori professionisti, che quelli amatoriali di tutto il mondo, dai campetti

improvvisati ai veri campi da gioco, fino ad arrivare agli stadi più famosi del mondo come il Camp Nou. La collaborazione di Gatorade con le grandi star protagoniste di “The Formula to Unleash” e “Fuel the Fire” va però oltre il mondo del calcio. Un approfondimento speciale è da destinare, infatti, alla musica contenuta nello spot, creata in esclusiva da Zedd, artista vincitore di numerosi dischi di platino e di un Grammy. Il brano dal titolo “Addicted To A Memory” (feat. Bahari) è anche presente nel suo nuovo album “True Colors”, in uscita il 19 maggio su Interscope Records. L’album è disponibile sin da ora in pre-ordine all’indirizzo http://smarturl.it/ZeddTrueColors. Per il suo carattere di novità assoluta, la collaborazione con un artista musicale come Zedd ha segnato l’inizio di una partnership tanto originale, quanto inaspettata per il brand.