Al Fuorisalone 2016 arriva Mix It Up di PepsiCo

fizz-519b5053

Da martedì 12 aprile 2016, PepsiCo, in occasione della Milano Design Week 2016, apre le porte di Mix It Up, uno spazio interattivo dedicato all'esposizione delle collaborazioni con grandi talenti dell'industria internazionale del design. In partnership con il team PepsiCo Away from Home Global Customer Management, Pepsico Design ha collaborato con Fabio Novembre, Benjamin Hubert, Karim Rashid e altri designer per creare un'esposizione interattiva e coinvolgente che, combinando insieme in modo unico e inaspettato creatività, design, moda, musica, sport e arte culinaria, dia forma a una cultura pop.

«Qui alla Milano Design Week, PepsiCo Design mostrerà come il nostro focus sull'innovazione permetta esperienze che modellano il domani non solo del design, ma anche della stessa cultura. Mix It Up, creato in collaborazione con famosi designer, fornisce ai visitatori l'opportunità di esplorare e interagire con le nostre ultime creazioni inerenti i nostri brand. Invitiamo tutti a condividere la propria esperienza nel nostro spazio sui social media e a unirsi a noi nella creazione del futuro», ha detto **Mauro Porcini**, Senior Vice President e Chief Designer Office del Gruppo PepsiCo.

«L'innovazione guidata dal design aiuta i nostri clienti a creare per i consumatori esperienze sorprendenti e di alto livello per quanto riguarda il consumo di bevande e di cibo ha affermato **Roberto Rios**, Chief Marketing Officer di PepsiCo Away From Home, *siamo concentrati sulla creazione di nuovi prodotti e soluzioni che permettano ai consumatori di esplorare ulteriormente i loro brand PepsiCo preferiti, e di trarne ispirazione; questo fondamentalmente costruisce un solido legame con i clienti dei nostri brand e guida la loro crescita»*.

Lo spazio Mix It Up, ideato da Design Group Italia, mostra le ultime innovazioni che PepsiCo Design propone per i diversi brand di snack, bevande e prodotti nutrizionali, che interessano il packaging, il branding, l'equipment e le esperienze.

Ecco le diverse attività presenti a Mix It Up.

F!ZZ Bar

Il F!ZZ Bar, pezzo forte di Mix It Up, offrirà a tutti i visitatori curiosi e assetati una varietà entusiasmante di cocktail realizzati per l'occasione. L'aspetto del F!ZZ Bar muta nel corso della giornata, con un cambiamento visivo tra la mattina e la sera. Ulteriori drink saranno preparati con la Pepsi Spire 2.0, una colonna di spillatura touchscreen che permette ai consumatori di personalizzare la propria bibita fresca con una gamma di prodotti PepsiCo. F!ZZ propone un'esperienza di brand totalmente nuova che definisce il futuro della mixology delle bibite analcoliche, che noi chiamiamo "Fizzology". È una celebrazione giocosa delle bolle con sorprendenti combinazioni di ingredienti – inclusi i gusti, le decorazioni e la schiuma – che dà vita a un modo divertente e audace di decostruire e ricostruire la bevanda gasata.

Strutturato sui brand iconici di bevande gasate di PepsiCo, F!ZZ porta le bollicine fuori dalla bottiglia e le trasforma in una avventura che coinvolge tutti e cinque i sensi. Questo ambiente che coinvolge il visitatore a 360 gradi include bollicine reali, fumo, sfere rotanti, eccentrici tubi e luci vibranti e brillanti. Uno schermo digitale si trasforma nel corso della giornata, dando vita ad animazioni che alludono ai gusti e all'effervescenza di F!ZZ dal momento che si sincronizza con il ritmo suonato dal live Dj. Tutti questi elementi contribuiscono a rappresentare la natura vivace di F!ZZ.

Pepsi Perfect

Il futuro è adesso! PepsiCo ha dato vita a un'icona cult della cinematografia grazie a Pepsi Perfect, per celebrare il suo ruolo nella seconda puntata di una delle più amate trilogie nella storia del cinema. Questa cola immaginaria, per la prima volta apparsa nel film di successo del 1989, ha ispirato la bottiglia di Pepsi Perfect. Con l'avvicinamento del 21 ottobre 2015, data dell'arrivo nel futuro secondo la trama del celebre film, PepsiCo ha avuto l'occasione
rarissima di lanciare un prodotto che unisse insieme fantascienza e vita reale. Pepsi Perfect permette ai consumatori di rivivere concretamente un momento nostalgico della storia del cinema. I visitatori sono invitati a viaggiare attraverso il tempo entrando in un caffè retro-futuristico e a partecipare a un contest sui social media con la possibilità di vincere un set Pepsi Perfect e di portarsi così a casa un pezzo della storia del cinema.

GatoradeL'innovazione di Gatorade

Gatorade crede che ogni atleta sia unico. Gx è il futuro degli integratori sportivi e porta Gatorade oltre il mondo degli sport drink, entrando in quello degli integratori personalizzati. Gatorade ha sviluppato Gx, un ecosistema digitale completo che fornisce agli atleti nuove soluzioni personalizzate per aiutarli a trovare "il carburante" per le loro performance. Gx è un sistema integrato, diviso in 5 parti, che include un test sulla sudorazione dell'atleta, formulazioni specifiche per gli atleti, la tecnologia

registrata DrinkfinityTM Pod & Vessel, un casco “smart” in grado di monitorare la performance e una app in grado di tenere sotto controllo l’idratazione. La piattaforma è stata sviluppata dal Gatorade Sports Science Institute. Gatorade ha sviluppato Gx per fornire suggerimenti individuali sull’apporto di energie e sull’idratazione, consigli basati sulla sudorazione del singolo atleta e sull’intensità e temperatura che caratterizza la specifica attività fisica. I dati di ogni atleta sono accessibili e tracciabili da qualsiasi dispositivo mobile che supporti la Gx Digital Platform. Questo sistema permette anche agli allenatori di analizzare degli schemi al fine di sviluppare le loro raccomandazioni sul rifornimento di energie durante l’attività sportiva stessa.

Dillo con Pepsi e le sue PepsiMoji

Nel 2016 Pepsi porta offline le emojis in modi nuovi e sorprendenti. Il Design & Innovation Center di PepsiCo ha creato centinaia di PepsiMoji – che riproducono immagini sia famose in tutto il mondo sia popolari a livello locale – per dare vita a un linguaggio universale del brand. Le PepsiMoji saranno lanciate in più di 100 paesi nel corso dell’anno. A Mix It Up sarà presentata in anteprima assoluta una collaborazione con Jeremy Scott che porta la campagna al di là del solo packaging. La capsule collection “Pepsi x Jeremy Scott” include occhiali da sole ispirati alle emoji, che saranno disponibili nell’estate 2016. Seguendo la sua partnership con la UEFA Champions League, Pepsi ha inoltre lanciato alcune PepsiMoji ispirate al calcio, spianando la strada per la finale di Champions League che si svolgerà a maggio a Milano. In aggiunta a ciò, una partnership con Fabio Novembre, celebre architetto e designer di interni, ha condotto alla creazione di un’espressione artistica delle PepsiMoji per il Design Pride 2016.

Pepsi: la Prestige Bottle e gli accessori da bar disegnati da Karim Rashid

L’elegante e moderna Prestige Bottle in alluminio porta a un livello più alto le occasioni di consumo di Pepsi (con i suoi brand Pepsi, Pepsi MAX, Diet Pepsi/Pepsi Light) rendendola perfetta per momenti speciali. Karim Rashid è uno dei designer più prolifici della sua generazione con più di 3000 design in produzione e oltre 300 premi che attestano la sua straordinarietà nel design. Per Mix It Up Karim ha creato degli accessori da bar realizzati appositamente per l’occasione, che includono un secchiello per il ghiaccio, oggetti di vetro e un vassoio che faranno da complemento alla Prestige Bottle.

Fiat Pepsi Car, progettata in collaborazione con Garage Italia Customs di Lapo Elkann

PepsiCo ha collaborato con il creativo imprenditore Lapo Elkann di Garage Italia Customs per creare un esemplare unico della Fiat 500 che racchiude il divertimento, la sfrontatezza e l’emozione innegabilmente parte di Pepsi. Gli iconici colori Pepsi blu, bianco e rosso sono introdotti attraverso un design e un’esposizione creative – all’interno e all’esterno dell’auto – per quegli automobilisti che davvero ricercano il “Live for Now”. La Fiat 500 diventa quindi un’espressione del Pop all’interno del

mondo Pepsi. Allo stesso tempo, reinterpreta il concetto di street art con un “doodle pattern” appositamente realizzato da un artista per la parte superiore dell’auto. All’interno, oltre alle guarnizioni in tinta con la carrozzeria, molti dettagli richiamano il brand americano. Per esempio, i sedili sono rivestiti di pelle blu trattata con un’imbottitura dallo speciale “effetto bubble” 3D e il logo Pepsi è ricamato sui poggiatesta e sul pomello del cambio. Quando una lattina di Pepsi viene inserita all’interno della console centrale, gli interni dell’auto prendono vita con un’esplosione di colori Pop grazie al tessuto Dreamlux che illumina il tettuccio internamente, i loghi sui poggiatesta e il sedile che suona a ritmo di musica.

Un Photobooth per l’Anno della Scimmia

I visitatori avranno l'opportunità di partecipare alla campagna di marketing di successo di PepsiCo legata all’Anno della Scimmia, protagonista in Cina, attraverso un display da parete appositamente realizzato. Nell'Anno della Scimmia, la maggior parte dei brand in Cina celebrano il segno zodiacale imminente con un’applicazione dedicata alla scimmia stessa. Queste edizioni limitate della lattina Pepsi e del sacchetto Lay’s celebrano il Capodanno cinese con un’iconica faccia di scimmia che reinterpreta in modo rilevante e giovanile la leggendaria storia del Re Scimmia. Il mini-film di PepsiCo "Bring Happiness Home" per il Capodanno cinese ha avuto grande risonanza, diventando virale con più di 650 milioni di visualizzazioni. Gli ospiti sono invitati a unirsi all’irriverenza e al divertimento dell'Anno della Scimmia scattando una foto nel nostro stand fotografico di prossima generazione e condividendola sui propri social network, diffondendo così la gioia di Pepsi, Lay’s e del Capodanno cinese.

PepsiCo Solar Cart

La PepsiCo Solar Cart è un’unità di vendita mobile, prima nel suo genere, in grado di portare energia, freschezza e deliziosi snack in aree con scarso accesso a fonti dirette di energia. È un innovativo concept di design industriale e testimonia l’impegno del gruppo PepsiCo rispetto ai temi di sostenibilità ambientale. Questo oggetto innovativo può fornire stazioni di energia elettrica dove rifornirsi grazie alla sola energia solare. PepsiCo Solar Cart offre alle persone una possibilità di vendita conveniente e pratica – con la combinazione di bevande, snack ed energia – in grado di raggiungere i clienti in un modo totalmente nuovo.

helloGoodness

helloGoodness permetterà di dare uno sguardo al futuro della vendita di prodotti salutari, e i visitatori saranno invitati a interagire grazie all’interfaccia di uno schermo, appositamente ideata per Mix It Up. Questo prototipo di helloGoodness non distribuirà prodotti, ma darà agli ospiti un’anteprima degli entusiasmanti cambiamenti che PepsiCo sta apportando nel campo del canale di vendita.

helloGoodness offre un’interpretazione fresca della tradizionale esperienza di vendita aiutando a fornire opzioni che i consumatori si aspettano dai brand di cui si fidano. Un assetto digitale interattivo con utili informazioni sul prodotto porta con sé una nuova esperienza di vendita per quanto riguarda i diversi prodotti del portfolio PepsiCo.

Drinkfinity

Drinkfinity è un innovativo sistema portatile di personalizzazione che consente ai consumatori di creare la propria bevanda basata sui propri gusti. Drinkfinity mette a disposizione scelte illimitate di personalizzazione, permettendo agli utenti di idratarsi in modo consapevole e mirato. Il tutto ruota intorno al dissetarsi in sintonia con il corpo, la mente e il pianeta. La rivoluzionaria tecnologia Dry & Liquid Essentials preserva l'essenza e la freschezza di ogni ingrediente così da garantire ogni volta una straordinaria e dissetante esperienza. Basta inserire una capsula, liberare gli aromi e le sostanze nutritive, mescolare e gustare. La confezione di Drinkfinity rivoluziona la tecnologia di imballaggio riducendo drasticamente l'uso della plastica e le emissioni di gas nei trasporti rispetto alle bevande tradizionali. La portabilità della capsula Drinkfinity facilita il suo trasporto, lo stoccaggio e l’utilizzo riducendo al minimo l'impatto complessivo sull'ambiente.

Degustazione culinaria, Tea House Café e Dining as Entertainment

Nella sezione di degustazione culinaria, piccoli canapè saranno offerti insieme a una varietà di snack PepsiCo tra cui i prodotti: Good-for-You, Better-for-You e Fun-for-You. Il Tea House Café presenterà l’offerta di tè freddo di Pure Leaf e Lipton. Pure Leaf è un tè freddo di qualità realizzato con foglie fresche di vero tè. All'interno del Tea House Café si potrà scoprire il piacere di Pure Leaf in una degustazione di tè guidata da un sommelier. Grazie ai nuovi e audaci sapori e alle deliziose ricette a base delle migliori foglie di tea, gli ospiti si troveranno immersi nel mondo Pure Leaf. Dining as Entertainment, realizzato in collaborazione con PepsiCo Creator - il gruppo di innovazione marketing della divisione Nord America - è un'esperienza interattiva che proporrà inaspettati momenti di intrattenimento volti a elevare l'arte della convivialità. L'evento prenderà vita grazie all’utilizzo di tecnologie all'avanguardia come il tavolo "intelligente", elementi di realtà aumentata, diffusori di nebulizzazione, stampe 3D e cibo in realtà virtuale, artisti teatrali e altro ancora.

Pepsi Spire Station x Benjamin Hubert

I visitatori della Milano Design Week avranno l’opportunità di provare la Pepsi Spire 3.0 e di personalizzare le proprie bevande. Questo strumento offre il numero maggiore di brand di bevande e di opzioni di gusto di qualsiasi altro distributore digitale. I pannelli che circondano le Pepsi Spire 3.0 sono stati ideati dal celebre designer Benjamin Hubert.

Ape Quakery Oats Millery

Ispirato dalla classica Ape della Piaggio e dalla variegata storia culinaria italiana, la Quaker Oats Millery Ape (un furgoncino efficiente, personalizzato e compatto) distribuirà prodotti salutari durante la settimana. Sempre più persone fanno colazione in movimento e Quaker Oats va incontro a questa necessità con molteplici alternative per la colazione, trasportabili e pronte da mangiare. Nel futuro di Quaker, esisteranno centri "Millery" nelle grandi città, dove i fiocchi d'avena saranno macinati e arrostiti, dove verranno preparate barrette di cereali e le ricette saranno ripensate. Questo diventerebbe il luogo centrale di rifornimento per le Ape Car che partiranno poi per consegnare prodotti Quaker freschi in giro per la città. In quest’area ristoro si avrà l'opportunità di rilassarsi grazie a una scelta di deliziosi prodotti Quaker.

www.pepsico.co.it