BEYONCé testimonial Pepsi

immagine-6-caee966d

Un viaggio nel passato, per vivere intensamente le emozioni del presente. Questo il messaggio della nuova campagna globale Pepsi 2013, che ha come protagonista Beyoncé. Nello spot la cantante ripercorre i momenti salienti della sua carriera e i videoclip che l'hanno resa celebre e che le hanno permesso di diventare una delle più grandi star a livello mondiale. Il risultato della collaborazione tra l'artista e Pepsi ha fatto il suo debutto in una speciale anteprima digitale su www.youtube.com/pepsi e ha coinvolto più di 70 Paesi in tutto il mondo. Lo spot, che raggiungerà più di un miliardo di persone, ha come colonna sonora "Grown Woman," il nuovo singolo tratto dal quinto album di Beyoncé.

Il commercial, on air nel nostro Paese dall'8 maggio su MTV, riflette perfettamente lo spirito del nuovo posizionamento globale Pepsi "Live For Now", declinato in Italia come "Tutta l'emozione di un attimo", che incoraggia i fan a vivere intensamente il presente e ad essere i protagonisti della cultura pop – una passione condivisa da Beyoncé e Pepsi. La cultura pop rappresenta il fondamento del nuovo posizionamento globale di Pepsi legato al mondo della musica, che prevede straordinarie e indimenticabili esperienze per i consumatori.

Lo spot intitolato "Mirrors", uno dei primi risultati di una lunga collaborazione con Pepsi, vede la cantante camminare in una stanza piena di specchi dove si confronta con gli alter ego ispirati a tre suoi grandi successi – inclusi "Bootylicious", "Sasha Fierce" e "Crazy in Love". A seguire, Beyoncé riproduce i passi di danza più memorabili dei suoi videoclip, dando vita ad una sequenza mai vista prima. "Mirrors" racconta come le esperienze passate dell'artista e i personaggi che ha interpretato nei suoi lavori abbiano reso Beyoncé la persona che è oggi. Contribuisce a fornire una chiave di lettura del nuovo spot Pepsi anche il singolo "Grown Woman", la perfetta incarnazione del nuovo posizionamento "Live For Now"/"Tutta l'emozione di un attimo".

"E' stato molto divertente collaborare con Pepsi per la creazione di questa campagna. Grazie a Pepsi ho potuto rivivere alcuni dei personaggi iconici interpretati nei miei video. Inoltre, ho potuto rivedere dopo tanti anni i costumi che ho indossato in quelle occasioni, ed è stato molto emozionante" – ha affermato Beyoncé - "Sono orgogliosa di tutti questi momenti perché mi hanno aiutata a diventare ciò

che sono oggi.”

La collaborazione tra Beyoncé e Pepsi risale a più di dieci anni fa, e include innovative campagne internazionali in cui l’artista ha recitato a fianco di Jennifer Lopez, David Beckham, P!nk and Britney Spears.

Beyoncé è stata coinvolta in prima persona nello sviluppo creativo della campagna - dalla trama dello spot, alla scelta dei look fino alla selezione dei personaggi interpretati dalla cantante durante la sua carriera e che l’hanno resa celebre.

“Mirrors” è stato girato in New Jersey (USA), diretto da Jake Nava, che ha collaborato con Beyoncé in numerosi progetti, incluso il video della celebre canzone “Crazy in Love”, e con la partecipazione del cameraman premio oscar Claudio Miranda.

“Non esiste un artista migliore di Beyoncé per incarnare il nuovo claim Pepsi "Live for Now". Lei è una vera trend setter, una rappresentante eccellente dell’attuale cultura pop, e non potevamo chiedere un testimonial più adatto come portavoce della nostra vision. Lo spot rappresenta il primo tassello della vasta collaborazione tra Pepsi e l’artista, stiamo infatti sviluppando una serie di attività per coinvolgere i fans durante il “The Mrs. Carter Show World Tour” e numerose interessanti iniziative per intrattenere i nostri consumatori, e creare momenti indelebili in grado di scrivere una parte di storia della cultura pop” dichiara Brad Jakeman, Presidente del PepsiCo Global Beverages Group.

Il sodalizio tra Pepsi e la sua musa ispiratrice, prevede inoltre una lattina e una bottiglia realizzata al 100% in alluminio in versione limited edition. I fan del marchio e della cantante potranno acquistare le lattine personalizzate con il volto di Beyoncé presso i principali supermercati e ipermercati. Mentre le bottiglie in alluminio, saranno distribuite nei migliori bar e nei locali più alla moda.