Stesso mito, nuova forma: la nuova bottiglia di Pepsi

pepsinew-649a407f

La nuova bottiglia di Pepsi arriva in Italia dopo il successo riscosso dal lancio in altri mercati europei. Ci sono prodotti che nella vita quotidiana di tutti noi si sono ritagliati uno spazio speciale, un’attenzione privilegiata. Sono prodotti che entrano non solo nelle nostre case, ma anche nel nostro immaginario, diventando in qualche modo famigliari. La bottiglia di Pepsi va senza dubbio annoverata fra questi prodotti: la dinamicità che caratterizza da sempre il marchio Pepsi è stata alla base di tutte le evoluzioni di packaging – quattro, considerando solo gli ultimi vent’ anni –, arrivando oggi ad una rivoluzione non solo di forma, ma anche concettuale.

Nuova bottiglietta PepsiQuesta nuova bottiglia rappresenta la prossima tappa nella campagna di marketing mondiale “Live For Now”, essendo il più immediato e tangibile punto di contatto tra brand e consumatori. La nuova bottiglia di Pepsi presenta una sorprendente forma scultorea che è fresca e innovativa, pur restando amichevole e famigliare. Quando il team ha intrapreso il primo restyling della bottiglia dal 1996, puntava a fornire un prodotto che racchiudesse una sensazione di novità e di slancio, rimanendo inconfondibilmente e riconoscibilmente fedele all’identità di Pepsi.

L'elemento di design più importante è un’audace curva che trae ispirazione dal cuore del linguaggio visivo di Pepsi. Le onde, le curve e l’inclinazione verticale sono sempre state caratteristiche intrinseche di Pepsi per esprimere la personalità del marchio, dinamica e proiettata verso il futuro. La nuova curva ha un tocco moderno e tridimensionale che è chiaramente contemporaneo. Il suo motivo sfaccettato è sezionato a metà, cosa che lo rende più simmetrico di una spirale tradizionale. Il design finale è fresco, dinamico ed esaltante. Esprime lo spirito giovane di Pepsi e la filosofia dell'"entusiasmo del momento". La forma tattile invita i consumatori a esplorare e interagire con la bottiglia, offrendo una connessione e un’esperienza significativa che rimane con te per molto tempo dopo aver bevuto la tua cola.

Marcello Pincelli_General Manager PepsiCo Beverages Italia**Marcello Pincelli**, Amministratore Delegato di PepsiCo Italia, ha così commentato l'innovazione in atto: «*Si tratta di un rilancio strategico, assolutamente in linea con le caratteristiche di un brand costantemente volto all'innovazione, e che da sempre ha un occhio di riguardo sia per il design che per la funzionalità*». La nuova bottiglia rappresenta perfettamente l'intenzione di Pepsi di puntare decisamente sull'innovazione guidata dal design, cercando in questo modo di regalare esperienze di consumo sorprendenti e di alto livello ai consumatori. Significativa a tal proposito la presenza di Pepsi alle ultime due edizioni della Milano Design Week con il progetto #MixItUp: uno spazio interattivo dedicato alle creazioni di design realizzate in collaborazione con i più grandi talenti.

Tutta la gamma della nuova bottiglia di Pepsi, prodotta in Italia, sarà contraddistinta dal nuovo design: da Pepsi Regular a Pepsi MAX (Max Gusto, Zero Zucchero), passando per Twist (la prima cola con limone), Boom (la cola senza caffeina) e Light. Il lancio avviene contestualmente in tutta Italia.

www.pepsi.com