

Publicità ITALIA

[CHI SIAMO](#) [CONTATTI](#) [ABBONAMENTI](#)



[Il TodayIl Mensile](#)

[MultimediaNews Alert](#)

cerca in [Pubblicitaitalia.it](#)

[CREATIVITY](#)

[MARKETING](#)

[MEDIA](#)

[DIGITAL](#)

[PITCH](#)

[WORLD](#)

[PEOPLE](#)

[DATACENTER](#)

[GUEST ROOM](#)

/ [Campagna integrata](#)

Fuse e OMD portano Pepsi sul palcoscenico hip hop con 'Passa il microfono'

8 luglio 2013



Pianificazione della campagna anche su tv, radio e web display

È on air dal 7 giugno 'Passa il microfono', il brano inedito creato ad hoc per **Pepsi** con il coinvolgimento di quattro giovani ed emergenti talenti della scena hip hop italiana: Moreno, stella del rap vincitore di Amici, Clementino, Shade e Fred De Palma, con la supervisione e il contributo artistico di Marracash. A supporto dell'operazione sono stati coinvolti come media partner Mtv e Radio 105.

Ideato e sviluppato in collaborazione con **Fuse**, divisione di **OMD**, sigla di **Omnicom Media Group**, dedicata ai progetti speciali, agli eventi e alle attività di comunicazione innovative e unconventional, il progetto 'Passa il microfono' non è solo una canzone, ma uno strumento di comunicazione originale attraverso il quale Pepsi ha voluto innalzare i valori del brand in linea con la nuova filosofia globale che vuole rendere i giovani

protagonisti di esperienze uniche. Vivere al massimo gli istanti della vita, 'Live for Now' è l'imperativo alla vita del nuovo posizionamento che racchiude nel claim 'Tutta l'emozione di un attimo', la promessa che Pepsi fa ai suoi consumatori. Il pezzo, che ha ormai superato i 300.000 downloads su YouTube, è solo una parte dell'avventura hip hop di Pepsi.

“Quest'attività fa parte di un piano d'azione più ampio e articolato di branded content e total placement che prevede anche una pianificazione della campagna su tv, radio e web display e che accompagnerà il pubblico fino a settembre legando Pepsi al contenuto hip hop, ai suoi protagonisti e ai suoi eventi più importanti, come gli Mtv Awards di Firenze, dove Pepsi è stata sponsor della categoria Best New Artist, e l'Hip Hop Tv Bday del prossimo 24 settembre a Milano, in cui sarà in veste di presenting sponsor”, commenta **Stefano Corona**, Special Project Manager che ha lavorato al progetto.

Inoltre, dall'1 luglio fino al 26 agosto, Pepsi invita gli appassionati di hip hop a sfidarsi a colpi di freestyle, coinvolgendoli nella creazione di una strofa di 'Passa il microfono', collegandosi al sito www.pepsibeat.it su cui registrare o caricare un video in cui cantano la propria strofa sulla base della canzone. In collaborazione con Fuse e l'agenzia creativa **Dlv Bbdo**, Pepsi ha lavorato infatti alla creazione di Pepsi Beat, la piattaforma online dedicata al mondo della musica hip hop.



TAGS

[dlv bbdo](#), [Fuse](#), [OMD](#), [Omnicom Media Group](#), [Passa il microfono](#), [Pepsi](#)

Articoli correlati

- [A Dlv BBDO il lancio di The Perla Company](#)
- [Sisal inaugura 'La Stazione dei Sogni' con Dlv BBDO](#)
- [Omnicom Media Group e Webnews firmano Discovering HTC One](#)



Aggiungi un commento...

Pubblica su Facebook

Stai pubblicando come Manuela Linari (Modifica)

Commenta

Plug-in sociale di Facebook

28° Salone Franchising Milano



Latest news | *creativity*

22.07.2013

[CREATIVITY / aziende](#)

[Il Football Club Rubin Kazan cambia volto e guarda al futuro con Interbrand](#)

22.07.2013

[CREATIVITY / attualità](#)

[Inglesina sull'onda della Royal Baby mania](#)

22.07.2013

[CREATIVITY / televisione](#)

[Discovery Italia firma lo spot di Humana People to People Italia](#)

22.07.2013

[CREATIVITY / stampa](#)

[TWIN-SET Simona Barbieri sceglie la Sicilia per la nuova campagna Autunno/Inverno](#)

22.07.2013

[CREATIVITY / Campagna integrata](#)
[Hi! prende il Toro per le corna](#)

Most read

19.06.2013

[DIGITAL / e-commerce](#)
[Evolve, motore d'e-commerce per le grandi insegne made in Italy](#)

7.06.2013

[GUEST ROOM / associazioni](#)
[Guastini: "Un bilancio sul mio mandato? Solo l'inizio di una battaglia culturale"](#)

23.04.2013

[PEOPLE](#)
[Condè Nast: Lucchini a Glamour, Antonelli a Gq e Russo a Wired](#)

22.03.2013

[CREATIVITY / agenzie](#)
[Dolci Advertising, 50 anni di comunicazione nel 'WorkBook'](#)

18.06.2013

[CREATIVITY / televisione](#)
[Cereali Nesquik in tv Mc Cann e il divertimento delle Hot Wheels](#)



Pubblicità Italia
Mi piace

Pubblicità Italia piace a 7.608 persone.



Plug-in sociale di Facebook

iDBUS Pullman

id it.idbus.com

Quest'estate godetevi i Mini Prezzi sui nostri viaggi per l'Europa!



Scegli Tu! ▶

[HOME](#) [CHI SIAMO](#) [CONTATTI](#) [ABBONAMENTI](#) [PUBBLICITÀ](#) [PRIVACY](#) [CONDIZIONI D'USO](#)



SECTIONS

- [CREATIVITY](#)
- [MARKETING](#)
- [MEDIA](#)
- [DIGITAL](#)

- [PITCH](#)
- [WORLD](#)
- [PEOPLE](#)
- [DATACENTER](#)
- [GUEST ROOM](#)

NEWS & MAGAZINE

- [IL TODAY PI](#)
- [IL MENSILE PI](#)
- [MULTIMEDIA NEWS](#)
- [AGENDA](#)

SERVICES

- [NEWS ALERT](#)
- [FEED RSS](#)

AWARDS & EVENTS

- [GRANDPRIX ADVERTISING STRATEGIES](#)
- [BRAND IDENTITY GRANDPRIX](#)
- [RELATIONAL STRATEGIES GRANDPRIX](#)

OUR LINK

- [ADVERTISER.IT](#)
- [L'ANNUAL](#)
- [MYMARKETING.NET](#)
- [TELEVISIONET.TV](#)
- [toBE INSIDE LUXURY](#)



Registrazione roc: 17898

Registrazione Tribunale di Milano

nr. 642 del 3/8/1989

Pubblicità Italia è un marchio di TVN srl

P. IVA 05793330969 © Copyright TVN srl.

Tutti i diritti riservati.