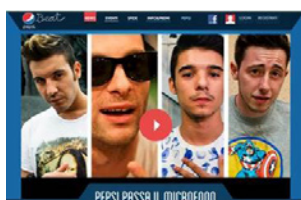


## ON AIR IL PROGETTO INTEGRATO SVILUPPATO DAL BRAND CON FUSE E OMD Pepsi: con "Passa il Microfono" la hit è comunicazione

IL BRANO HIP HOP INEDITO È AL CENTRO DI UNA CAMPAGNA ARTICOLATA CHE TOCCA 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**, già salito sul palcoscenico di **Sanremo** e in cima alle classifiche di **iTunes** insieme a Moreno, **Shade**, vincitore della seconda edizione di **Mtv Spit**, e **Fred De Palma**, giunto terzo dietro a Shade ma in grande ascesa, con la supervisione e il contributo artistico del "King del Rap" **Marracash**. A supporto dell'operazione sono stati coinvolti media partner importanti come



I 4 protagonisti del progetto

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 a tutte le 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. «Si tratta della realizzazione di un importante progetto, un'operazione speciale multi piattaforma, la prima nel suo genere realizzata in Italia, ed è con grande soddisfazione che possiamo dire che tutto il piano sia stato ideato, sostenuto a vari livelli, sviluppato e coordina-

to in maniera integrata dai nostri team di Fuse e Omd per un prestigioso cliente internazionale come Pepsi», commenta Stefano Corona, special project manager che ha lavorato al progetto. Il pezzo, che ha ormai superato i 300.000 download 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 al mese di settembre legando Pepsi al contenuto hip hop, ai suoi protagoni- ▶

# APPLICANDO

La rivista di riferimento per utenti Mac, iPhone e iPad

Scarica subito  
la App gratuita



## Apple innova ancora

Compra il nuovo numero  
o abbonati alla rivista

