



Cerca news


[registrati](#) [abbonamenti](#) [Chi Siamo](#) [Contatti](#) [MyAdv](#)


Sezioni

[Agenda](#)
[Associazioni](#)
Beyond
[Corporate Identity](#)
[Direct Marketing](#)
[Promozioni](#)
[Relazioni Pubbliche](#)
[Sponsorizzazioni](#)
[Inchieste](#)
[CSR](#)
[Educational](#)
[Eventi](#)
[Gare](#)
[Internet](#)
[Marketing](#)
[Media](#)
[Off the records](#)
[Persone](#)
[Premi](#)
[Pubblicità](#)
[Rassegna Stampa](#)
[Worldwide](#)

[Home](#) > [Beyond](#)

Pepsi punta sulla musica hip hop con Fuse e Omd

5/7/2013

'Passa il microfono' non è solo una canzone (brano inedito creato ad hoc per il brand) 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 rende protagonisti i giovani. In collaborazione con Fuse e l'agenzia creativa **DLVBDO**, la marca ha inoltre lavorato alla creazione di **Pepsi Beat**, una piattaforma online dedicata al mondo della musica hip hop.



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 **Mtv** e **Radio 105** e manager musicali prestigiosi come Paola Zukar di Big Pictures Mgmt.

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 coordinato 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 visualizzazioni 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

Altre nella sezione

- ▶ **8/7/2013 1:31**
 Nasce ufficialmente VivaKi Italia
- ▶ **5/7/2013 18:46**
 Con Cayenne continuano le iniziative on the road di Prosciutto di Parma
- ▶ **5/7/2013 18:00**
 Safe Bag comunica con Barabino & Partners
- ▶ **5/7/2013 10:20**
 Spontex comunica con MediaHook
- ▶ **4/7/2013 18:56**
 Il futuro del commercio è all'insegna del 'total retail'. Si fa strada eBay, abilitatore di multicanalità
- ▶ **Altre Notizie**

Il nuovo libro di ADC



di Daniele Ravenna



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 protagonisti, ai suoi eventi e palcoscenici più importanti, come già gli Mtv Awards di Firenze dello scorso 15 giugno, dove Pepsi è stata Sponsor della Categoria Best New Artist vinta da BabyK, e l'Hip Hop Tv Bday di Milano del prossimo 24 settembre, in cui Pepsi sarà vero e proprio padrone di casa in veste di Presenting Sponsor".

Pepsi è stata anche bevanda ufficiale di Mtv Spit, il più grande evento mediatico hip hop d'Italia condotto da Marracash, dove Max Pezzali, Morgan, Paola Zukar, Marracash ed Ćhsì, oltre a una decina di aspiranti freestyler e duecento ragazzi del pubblico, si sono divertiti a sorseggiare una freschissima Pepsi. Ad amplificare il successo di Mtv Spit, grazie anche ai primi legami stabiliti con i più importanti artisti della scena, è stata "Freestyle Me" la rubrica radiofonica creata ad hoc all'interno di "105 No Stop" e "105 Stars" condotti da Max Brigante con la partecipazione di Ćhsì, ed ispirata alle "freestyle battle": una sfida a colpi di rime da improvvisare dal vivo.

A partire dal 1° luglio fino al 26 agosto, Pepsi invita ufficialmente gli appassionati di musica hip hop a sfidarsi a colpi di freestyle, coinvolgendoli direttamente nella creazione di una strofa di "Passa il microfono". Partecipare all'iniziativa è semplice: gli utenti dovranno collegarsi al sito www.pepsibeat.it e registrare o caricare un video in cui cantano la propria strofa sulla base della canzone.

In collaborazione con Fuse e l'agenzia creativa **DLVBBDO**, Pepsi ha lavorato infatti alla creazione di **Pepsi Beat**, la nuova 'unità di misura dell'emozione' la cui casa online è una piattaforma omonima dedicata al mondo della musica hip hop, un cuore pulsante che da un lato riceve gli stimoli del pubblico appassionato e dall'altro rilascia contenuti premium unici: interviste, speciali, video, eventi, giochi e premi.

MG

Stampa questo articolo 

Invia questo articolo 

Copyright © 2013 ADC Group Srl - Via Privata Vasto, 1 20121 Milano - P.IVA 03670830961