

Powerade, al centro della nuova campagna il concetto di resilienza <sup>4</sup> di Silvia Becattini

## Descrizione

TAG: Food & Beverage, In Evidenza, Sport, Coca-Cola, Gatorade, integratori, pepsi, PepsiCo, Powerade, Publicis Italia, Spotify, The Coca Cola Company

Fra gli sport drink più<sup>1</sup> conosciuti troviamo **Powerade**, che dal 1988 produce bevande energizzanti aromatizzate alla frutta. Il brand del marchio **The Coca-Cola Company** torna in comunicazione con una nuova campagna pubblicitaria in cui il focus <sup>2</sup> sulla sfida principale di ogni sportivo: quella contro sì<sup>3</sup> stessi.

Lo sport drink isotonico <sup>4</sup> una soluzione di carboidrati-elettroliti che contribuisce al mantenimento di prestazioni di resistenza durante l' <sup>5</sup> esercizio fisico prolungato. Durante l' <sup>6</sup> attività fisica l' <sup>7</sup> idratazione <sup>8</sup> fondamentale per ottenere una buona prestazione e spesso si ricorre a bevande con sali minerali e vitamine di questo tipo. Fra le più<sup>1</sup> conosciute ci sono la Powerade e la sua diretta rivale **Gatorade**, di proprietà di **PepsiCo**.

### Lo spot di Powerade <sup>9</sup>Inner fight<sup>10</sup>• racconta la sfida più<sup>1</sup> difficile: quella contro sì<sup>3</sup> stessi

<sup>11</sup>Inner fight<sup>12</sup>• racconta in 45<sup>13</sup> attimi di vita quotidiana in cui i vari protagonisti, sportivi di ogni genere e livello, sono sul punto di mollare. In un continuo crescendo per<sup>14</sup>, lo spot dimostra come anche se la giornata <sup>15</sup> storta, la salita sembra troppo difficile o si ha il fiato corto, non bisogna mai mollare. Il *payoff* <sup>16</sup> difatti molto chiaro: <sup>17</sup>Prove yourself wrong<sup>18</sup>.. Ogni giorno, bisogna affrontare la sfida con noi stessi e vincerla. Nel momento in cui l' <sup>19</sup>allenamento fa arrivare i protagonisti al punto massimo di fatica, con un sorso dell' <sup>20</sup>integratore e la voglia di arrivare al traguardo si accorgeranno di avere più<sup>1</sup> risorse di quante immaginassero. Il video <sup>21</sup> accompagnato da un ritmo musicale serrato, incalzante, che accompagna i pensieri negativi (in rima) degli sportivi fino al punto di svolta e al *claim* finale.

Lo sport che Powerade vuole celebrare <sup>22</sup> quello della perseveranza, della **resilienza** che ogni sportivo dimostra a sì<sup>3</sup> stesso ogni volta che si allena. Questi sono valori che il brand condivide con il suo target di riferimento: gli atleti professionisti e non.

La campagna <sup>23</sup> realizzata da Publicis, con adattamenti di **Publicis Italia** e pianificata da **Mediacom**. Lo spot sarà on air sia in TV con un particolare focus sui canali sportivi, sia sui canali digital. La presenza sui social avrà lo scopo di creare un dialogo con gli utenti. Coinvolto anche **Spotify**, con pubblicità mirate al momento del workout.

Immagine di copertina: [Facebook](#)

Hits: 0

---

L'articolo [Powerade, al centro della nuova campagna il concetto di resilienza](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

**Categoria**

## 1. MARKETING NEWS

**Data di creazione**

21 Maggio 2021

**Autore***default watermark*