

Powerade, al centro della nuova campagna il concetto di resilienza â?? 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 piÃ¹ 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 Ã¨ sulla sfida principale di ogni sportivo: quella contro sÃ© stessi.

Lo sport drink isotonico Ã¨ una soluzione di carboidrati-elettroliti che contribuisce al mantenimento di prestazioni di resistenza durante lâ??esercizio fisico prolungato. Durante lâ??attivitÃ fisica lâ??idratazione Ã¨ fondamentale per ottenere una buona prestazione e spesso si ricorre a bevande con sali minerali e vitamine di questo tipo. Fra le piÃ¹ conosciute ci sono la Powerade e la sua diretta rivale **Gatorade**, di proprietÃ di **PepsiCo**.

Lo spot di Powerade â??Inner fightâ?• racconta la sfida piÃ¹ difficile: quella contro sÃ© stessi

â??Inner fightâ?• racconta in 45â?³ attimi di vita quotidiana in cui i vari protagonisti, sportivi di ogni genere e livello, sono sul punto di mollare. In un continuo crescendo perÃ², lo spot dimostra come anche se la giornata Ã¨ storta, la salita sembra troppo difficile o si ha il fiato corto, non bisogna mai mollare. Il *payoff* Ã¨ difatti molto chiaro: â??Prove yourself wrongâ??. Ogni giorno, bisogna affrontare la sfida con noi stessi e vincerla. Nel momento in cui lâ??allenamento fa arrivare i protagonisti al punto massimo di fatica, con un sorso dellâ??integratore e la voglia di arrivare al traguardo si accorgeranno di avere piÃ¹ risorse di quante immaginassero. Il video Ã¨ 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 Ã¨ quello della perseveranza, della **resilienza** che ogni sportivo dimostra a sÃ© 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 Ã¨ realizzata da Publicis, con adattamenti di **Publicis Italia** e pianificata da **Mediacom**. Lo spot sarÃ on air sia in TV con un particolare focus sui canali sportivi, sia sui canali digital. La presenza sui social avrÃ lo scopo di creare un dialogo con gli utenti. Coinvolto anche **Spotify**, con pubblicitÃ 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