

Red Bull

Stimola corpo e mente

000



RED BULL TI METTE LE AAALI.

Perfetta in un mondo che corre a ritmi frenetici, indispensabile per chi vuole vivere al massimo.

Red Bull è la risposta giusta alla domanda sempre più attuale di resistenza e concentrazione. Come spesso accade per le formule vincenti, anche in questo caso tutto è partito dallo spirito di osservazione. Negli anni '80 il manager austriaco Dietrich Mateschitz lavorava in una multinazionale e viaggiava spesso in Estremo Oriente. Qui, tra un affare e l'altro, si accorse che nei momenti di maggiore stanchezza i lavoratori non si attaccavano alla macchina del caffè ma consumavano una misteriosa bevanda sconosciuta agli occidentali. Intui che un prodotto del genere sarebbe stato perfetto dall'altra parte del mondo, dove la vita correva sempre sulla corsia di sorpasso. Importò la formula, la fece analizzare e una volta ottenute le autorizzazioni alla produzione cominciò a venderla. Il risultato fu non solo una nuova bevanda, ma addirittura una nuova categoria, quella degli energy drink, vale a dire soft drink funzionali studiati per i momenti di grande impegno fisico o mentale.

Dal 1987, anno del lancio in Austria, a oggi, la crescita delle vendite è stata esponenziale: si è passati dal milione di lattine distribuite in patria il primo anno agli oltre 3 miliardi venduti attualmente in oltre 130 paesi del mondo, dall'Europa agli Stati Uniti, dall'Australia al Giappone. Studio, lavoro, guida, sport e divertimento: sempre più consumatori apprezzano e usano il prodotto in tutte le occasioni in cui concentrazione, attenzione e resistenza fisica sono messe a dura prova.

Red Bull sin dall'inizio ha avuto l'esigenza e la volontà di comunicare al consumatore finale la sua personalità, i suoi valori e il suo posizionamento. E ha fatto scuola con un marketing

anticonformista e innovativo, che come tutte le idee originali negli anni è stato oggetto di vari tentativi di imitazione. La campagna ADV, con l'ormai celeberrimo claim "Red Bull ti mette le aali" ha l'obiettivo di creare brand awareness utilizzando un linguaggio ironico e inconsueto che con il passare del tempo ha fatto diventare un vero e proprio culto gli spot dall'inconfondibile stile a cartone animato, destinati a un pubblico di young adults.

Le attività di below the line hanno invece l'obiettivo di coinvolgere il consumatore nel mondo Red Bull (www.redbull.it), un universo fatto di atleti, grandi eventi sportivi, musicali e culturali, unici per concept e cura dei dettagli nello spirito della funzionalità specifica del prodotto. Innanzitutto lo sport, che da sempre riveste un ruolo predominante per Red Bull. E non solo perché le caratteristiche funzionali del prodotto lo rendono un partner perfetto per gli atleti alla ricerca della massima performance. Ma anche perché è nello sport, e soprattutto nel tipo di discipline supportate, che si evidenziano i valori del marchio, quali professionalità, fiducia in se stessi, rifiuto di ogni conformismo.

Gli eventi Red Bull sono ideati con il contributo dei maggiori esperti delle scene sportive, spesso addirittura sulla base delle idee e dei sogni degli stessi atleti del team. E questo avviene sia per le discipline più di nicchia e "hardcore",

come lo snowboard, il kite surf o il free climbing, sia per quelle ad alta visibilità come il motorsport, dove la presenza più importante è la proprietà di due team di F1: Red Bull Racing e Scuderia Toro Rosso.

Accanto allo sport, negli ultimi anni sono sempre più numerosi gli interventi di natura culturale: legati prevalentemente al mondo della musica, come il progetto Red Bull Music Academy arrivato al suo decimo anno di attività, ma con incursioni anche nei territori del design e dell'arte.

Il segreto del successo di Red Bull è tutto qui: una strategia di marketing sistematica e mirata, studiata per garantire e sostenere i risultati nel lungo periodo. Dal design della lattina al posizionamento di prodotto, dalla strategia di comunicazione agli eventi. Tutto in nome dell'innovazione continua, dell'anticonformismo e della professionalità.

