Shakira contro Piqué, l’eccezionale risposta di Casio, Renault Twingo e Taffo



Casio, Renault Twingo e Taffo rispondono a Shakira

Tutto il mondo sta commentando la clamorosa reazione di **Shakira** al tradimento dell’ex calciatore **Piqué.** Nella sua ultima canzone **“BZRP Music Sessions #53”** lo attacca senza mezzi termini e, soprattutto, lo accusa di aver commesso un grave errore, scaricandola per **Clara**, di 12 anni più giovane di lei.

“Hai scambiato una Ferrari per una Twingo, un Rolex per un Casio”, canta Shakira, facendo parlare della vicenda su ogni social media. Anche Piqué ha detto la sua, con altrettanta polemica, ovvero postando una sua foto con un Casio al polso e affermando che gli sarebbe durato “per sempre”.

E come l'hanno presa i brand interessati?

Casio ha gestito la cosa alla perfezione, anche se Shakira ha utilizzato i suoi orologi come sinonimo di un prodotto "cheap". Con un perfetto esempio di **"instant marketing",** Casio ha annunciato la sponsorizzazione della "Kings League", torneo organizzato proprio da Piqué, ma soprattutto ha prodotto una serie di **tweet da antologia.**

In uno si legge: **"Non saremo Rolex, ma i nostri clienti ci restano fedeli".** E poi: "le nostre batterie durano più della relazione tra Piqué e Shakira". E ancora: "Piqué è campione del mondo, Piqué è milionario, Piqué è famoso, Pique ha un Casio: sii come Piqué". Ma il più bello è quello nel quale si ripesca un'immagine di Shakira che, molto giovane, ha al polso proprio un Casio: **"Shakira, ricordati che prima di essere un triste Rolex, eri un magnifico Casio"**, afferma perfidamente il tweet. Come ulteriore presa in giro nei confronti di Shakira, da un account spagnolo Casio scrive: "Per oggi abbiamo ricevuto abbastanza notifiche in merito alla citazione di Casio in una canzone?", ma l'immagine è quella dei **Daft Punk** che in "Harder Better Faster Stronger", usano proprio una tastiera del famoso brand.

> *Hoy tenemos bastantes notificaciones por una mención a CASIO en una canción*
> *Los (relojes y teclados) y las (calculadoras) CASIO son de y para toda la vida #Harder, #Better, #Faster, #Stronger pic.twitter.com/Si8CZfKEe1*
>
> *— División Educativa (@CASIOedu) January 12, 2023*

Altrettanto esplicita la risposta di **Renault**, che pubblica l'immagine di una **Twingo** rossa con il numero 22 (citato nella canzone) e cita letteramente una frase del testo: **"Pa tipos y tipas como tu",** aggiungendo "¡Sube el volumen!" ("Alza il volume!"). Tra gli hashtag c'è anche **#claramente**, parola che

Shakira usa nel brano per citare indirettamente il nome della nuova compagna di Piqué.

> *Pa tipos y tipas como tú. ¡Sube el volumen! #Renault #Twingo #claramente #joven #urbano #eléctrico #ágil #Icónico #compacto #travieso pic.twitter.com/eND207qM3H*
>
> *— Renault España (@renault_esp) January 12, 2023*

Poteva mancare all'appello **Taffo**, che grazie alla partnership con **KIRweb** è riconosciuta come regina dell'instant marketing? No di certo. L'agenzie di onoranze funebri cavalca la polemica sostenendo che è sempre meglio una Twingo di una delle loro auto e aggiungendo perfidamente nel post: **"L'amore non è eterno, ma le corna e la bara sì".** Povera Shakira, è proprio il caso di dirlo: cornuta e mazziata.