

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, Piqué ha un Casio: sii come Piqué". Ma il più bello è quello nel quale si ripescava 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 letteralmente 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'agenzia 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.

