Beck's, al via la campagna Taste the World

becks-ca1a5373

Prende il via domenica 11 giugno la **campagna di lancio della nuova range di prodotto Beck’s Taste the World**. Alla l’intramontabile **Original Pils**, che ormai da 140 anni è simbolo dell’azienda di Brema, vanno infatti ad affiancarsi due nuove birre: **London Pale Ale e Berlin Golden Bock**, che traggono ispirazione dalle città di Londra e Berlino, centri di tendenze e di idee per giovani di tutto il mondo.
Taste the World è un’efficace sintesi dello stile di vita Beck’s, racchiude l’universo di esperienze che si possono vivere, è la costante ricerca del meglio in ogni aspetto della vita: da qui la scelta di due tra le capitali più iconiche d’Europa e del mondo, la sofisticata Londra e l’intensa Berlino. Per supportare la nuova range di prodotto è stata ideata un’importante **campagna cross media** Taste the World, che vede protagoniste le due iconiche città.

CAMPAGNA PUBBLICITARIA - Lo spot è stato ideato dall’agenzia creativa **Havas Milan** e diretto dal regista messicano **Rodrigo Valdés**, vincitore di tre Leoni a Cannes. La storia vede quattro amici che, grazie alle nuove Beck’s dal sapore cosmopolita, vivono un incredibile viaggio per assaporare le più belle capitali del mondo. Sarà infatti grazie alle nuove Beck’s London e Beck’s Berlin che passeranno da un bar di Milano a un elegante pub di Londra fino ad arrivare in un bellissimo dj set a Berlino dal quale godersi lo spettacolare skyline della capitale tedesca. La storia sarà accompagnata dall’avvolgente voce dell’attore e artista Marco Cocci, che per la prima volta presta la sua voce per la pubblicità.

Alla creatività hanno lavorato un team di creativi supervisionati dalla Senior Copywriter **Chiara Monticelli** e dal Senior Art Director **Salvatore Zanfrisco**, con la Direzione Creativa Esecutiva di **Giovanni Porro**. Lo spot è in onda da domenica 11 giugno e sarà on air fino al 6 agosto nei formati Tv da 30’’, su canali Publitalia, Digitalia, Viacom (MTV), Discovery e Sky (sia satellitare che digitale); format VOD da 30’’ su Sky Ondemand e Sky Go; sulle piattaforme video Sky, Videomediaset e YouTube con pre roll, su *Corriere.it* e *Repubblica.it* con domination. Sono inoltre previsti programmatic

sia display che video e native adv in programmatic – on air. La pianificazione è stata curata da Vizeum.

CREDITS:
Agenzia Creativa: Havas Milan
CCO: Giovanni Porro
Senior Copywriter: Chiara Monticelli
Senior Art Director: Salvatore Zanfrisco
Team creativo: Davide Labò, Giacomo Piloni.
Producer: Sara Poltronieri
Client Services Director: Manfredi Calabrò
Account Executive: Elena Pozzi
Junior Account: Michela Gatti

Casa di Produzione: Movie Magic
Regia: Rodrigo Valdés
Audio: Quiet Please
Speaker: Marco Cocci
Musica: original by Ferdinado Arnò @ Quiet Please
Postproduzione: Band

BECK'S CITY EXPLORERS: IL PROGETTO DIGITAL - Ad affiancare la pianificazione media è previsto anche un importante progetto digital: **Beck's City Explorers**, la nuova piattaforma in cui gli utenti possono scoprire la guida non convenzionale delle città dedicate alle nuove birre in versione Beck's. Accedendo al sito si potranno conoscere le location unexpected di Londra e Berlino secondo lo stile Beck's Taste the World: niente ristoranti o musei tradizionali, o meglio, non quelli che ci si potrebbe aspettare da una guida turistica, ma tanti luoghi tutti da scoprire. Gli utenti, visitando la piattaforma, possono contribuire caricando contenuti, immagini, suggerendo così i luoghi più inattesi delle due capitali che a loro avviso si adattano meglio alla filosofia Taste the World.

A collaborare alla creazione della guida firmata Beck's l'ambassador **Guglielmo Scilla**, attore, youtuber e conduttore radiofonico, protagonista della fiction tv Baciato dal Sole e del musical Grease, che è stato scelto per raccontare il mondo di Londra e Berlino secondo lo stile di vita Taste the World. Proprio Guglielmo, in missione per conto di Beck's, ha esplorato e scoperto le location unexpected di Londra e Berlino che sono state poi alla base della guida City Explorers. I contenuti prodotti da Guglielmo – video pillole, foto – arricchiranno nelle prossime settimane i canali social Beck's, curati da

We Are Social, che ha sviluppato anche il concept City Explorers. L'hashtag ufficiale della campagna è #BecksTasteTheWorld.

Per rafforzare ulteriormente la presenza digital di Beck's è stata avviata una partnership anche con **Buzzoole**, la piattaforma di Influencer Marketing end-to-end in grado di connettere i brand ai giusti influencer della rete grazie all'utilizzo dei big-data, al fine di stimolare le conversazioni intorno alle loro campagne. Da domenica 4 giugno è inoltre online su it.becks.com/cityexplorers una sezione dedicata a un concorso a premi che prevede una vincita istantanea giornaliera: il braccialetto firmato Beck's Taste the World con ingresso micro-USB. Inoltre, a estrazione, gli utenti potranno vincere delle cuffie wireless brandizzate Beck's e – grande premio finale - un esclusivo weekend per due persone a Londra e Berlino. Per vincere, basterà accedere alla sezione dedicata e provare a indovinare se le immagini proposte si riferiscono a Londra o Berlino.

EVENTI - Ma le iniziative dedicate alla campagna Taste the World non finiscono qui. Il lancio della nuova range sarà infatti accompagnato da un evento degno delle notti cosmopolite di Londra e Berlino. Beck's, infatti, sarà **sponsor ufficiale il prossimo 24 giugno all'Astro**: il festival estivo nella cornice milanese del Circolo Magnolia sarà un'occasione unica per presentare al grande pubblico la nuova range Taste the World. All'interno dello spazio verrà allestito un "Beer Garden" firmato Beck's, dove sarà possibile degustare la Beck's London o la Beck's Berlin direttamente dalla bottiglia e ascoltare live i dj di fama internazionale presenti al festival.

Beck's sarà anche la **birra ufficiale del Carroponte 2017**, dove sarà presente con la nuova Berlin Golden Bock. Durante la stagione estiva Beck's ha previsto un'intensa attività di tasting dei nuovi prodotti della gamma Taste the World nelle città di **Milano e Roma**: più di trenta negozi coinvolti nelle metropoli italiane. All'interno degli store sarà possibile degustare le due nuove referenze, con l'esclusiva partecipazione di beer expert che le presenteranno al pubblico, spiegandone le caratteristiche e i gusti iconici ispirati a Londra e Berlino.

Stessa attività verrà proposta l'1 e 2 luglio a Milano presso il **Wunder MRKT Edizione Taste the World**: il famoso mercato meneghino sarà l'occasione per un viaggio unico, nella cornice di un ex scalo ferroviario, accompagnato dal gusto unico delle due nuove birre firmate Beck's.