Moët & Chandon lancia la nuova campagna "Must Be"

must-be-moetchandon-9306604e

Moët & Chandon in occasione del **Moët Grand Day**, l'evento internazionale dello scorso 9 giugno, ha svelato la **nuova campagna** della Maison, la cui storia e innovazione dal 1743 ha ridefinito l'arte di celebrare i momenti più memorabili della vita.

"Nella vita, non ricordiamo i giorni, ricordiamo momenti di intensa emozione, di grande successo, di estremo piacere, o semplicemente di pura felicità", afferma **Nathalie Normand**, Global Chief Marketing & Communication Officer di Moët & Chandon. "La nostra nuova campagna pubblicitaria 'Must Be' offre al pubblico di tutto il mondo ricche emozioni che costituiscono alcuni dei momenti piacevoli della vita, celebrati con Moët & Chandon. Siamo orgogliosi di portare il nostro tocco innovativo in una campagna che riflette i valori che sono stati il core del patrimonio nobile di Moët & Chandon dal 1743. "

Sin dalla sua fondazione, Moët & Chandon è stato lo Champagne prediletto per **celebrare momenti storici e privati di grande importanza**. Per ciascun momento indimenticabile, Moët & Chandon ha uno stile che rende davvero unica ogni esperienza. La nuova campagna pubblicitaria della Maison racchiude in un'unica emozione tutti i momenti "Must be" celebrati con Moët & Chandon.

Il lancio della campagna "Must Be Moët & Chandon" in occasione del "Moët & Chandon Grand Day", la più sorprendente All Day Celebration worldwide ospitata dalla Maison conosciuta per il suo eccezionale "savoir-fête". L'evento debutterà con un **cortometraggio**, diretto dal regista francese Emmanuel Cossu, che cattura la visione universale della Maison creando una sinfonia di momenti memorabili resi unici con Moët & Chandon.

La scena iniziale della campagna si apre con il "**Big Bang**", metafora per il lancio esplosivo di "Must Be" Moët & Chandon, e con brevi anteprime di alcuni eventi intensi che prenderanno vita durante la proiezione sullo schermo. Il pubblico viene travolto in storie emozionanti che raccontano i momenti

determinanti della vita dei personaggi protagonisti.

Un giovane padre attraversa correndo le luminose vie di Manhattan sotto la pioggia battente: la sua vita sta per cambiare mentre corre senza fiato per poter incontrare il suo bambino appena nato. Contemporaneamente, un gruppo di ragazzi eleganti si dirige verso una festa glamour. Il video poi si trasferisce a Parigi, dove una giovane ballerina sale sul palco con le farfalle nello stomaco, proprio come un gruppo di millennial in mezzo al deserto guarda un magico tramonto. Infine, una giovane astronauta si prepara ad un difficile atterraggio su Marte, pochi istanti prima del suo arrivo sul pianeta rosso che segnerà un passo da gigante per l'umanità.

Il pubblico viene travolto dall'importanza dei momenti che caratterizzano la storia di ogni personaggio fino alla fine, resi unici dal magico sparkling Moët & Chandon. L'effervescenza dello champagne è il Big Bang finale, simbolo che celebra la gioia di una nascita, la gloria del primo atterraggio su Marte, il brivido di un debutto perfetto, o la semplice gioia di ballare nel deserto, che li renderà ancora più unici.

La campagna pubblicitaria globale verrà pubblicata su **piattaforme digitali, sale cinematografiche e social media**.