Carlsberg, on air la nuova campagna internazionale

carlsberg-unfiltred-3b06da5f

Una campagna internazionale per comunicare le novità di Carlsberg che guarda sempre più al futuro con uno spirito innovativo e all'avanguardia. Protagonista della campagna il lancio di due nuove birre: Carlsberg Pilsner e Carlsberg Unfiltered. La campagna internazionale, on air dal 30 giugno,vede come testimonial Mads Mikkelsen, celebre attore danese, e racchiude la filosofia dell'azienda all'insegna del "Miglioramento", concetto legato sia alla"Beer Experience", sia al"Better Tomorrow", un futuro migliore, sempre più ecosostenibile.

[embed width="560"]https://youtu.be/zpOz9iyZ1Pg[/embed]

Sono in totale 3 i filmati dedicati a Carlsberg Unfiltered (da 15, 20 e 30 secondi) e due quelli dedicati a Carlsberg Pilsner (15 e 30 secondi). Nel filmato Carlsberg Pilsner da 30'', viene valorizzata la provenienza danese della birra edil protagonista si muove elegante in bicicletta attraverso diversi scenari, raccontando come anche con piccole migliorie si possano fare grandi differenze e "magari creare la più bilanciata Pilsner al mondo". Probably! Il filmato dedicato a Carlsberg Unfiltered, invece, è ambientato in un bosco, uno scenario naturale, ed esalta l'importanza di essere "senza filtri"per essere più felici. Nella scelta della birra e nelle scelte di vita. Probably!

"Questa campagna racchiude la filosofia del nostro brand, quello a cui aspiriamo e che ci proponiamo di raggiungere ogni giorno - dichiara **Serena Savoca**, Marketing Manager di Carlsberg Italia- *Il miglioramento è una filosofia che è da sempre parte integrante del brand Carlsberg e nel tentativo di raggiungere la perfezione, il nostro compito è quello di esplorare nuove strade, provare inedite ricette e fare importanti scoperte. Con la volontà di migliorarsi sempre".*

Gli adattamenti della creatività locale della campagna sono stati realizzata da M&C SAATCHI, agenzia creativa di Carlsberg in Italia da gennaio, con la direzione di Luca Scotto di Carlo e Vincenzo Gasbarro, Executive Creative Director e Partner.Pianificata da Universal McCann, la nuova campagna

sarà trasmessa in esclusiva sulle reti Discovery fino al3 agosto, 100% 30”.

Per dare il massimo della visibilità ai video internazionali, la campagna tv sarà integrata da una campagna digital video e dispay da luglio a ottobre e da un’attività pr e digital pr gestita dall’agenzia MY PR che prevederà anche il coinvolgimento di influencer per fare esplodere il concetto del Betterment.