Vecchia Romagna si rinnova con Maestro di Emozioni

vecchia-romagna-spot-f60eaf5e

È partita la nuova campagna “Maestro di Emozioni”, ideata dall’agenzia Armando Testa, che racconta il parallelismo tra la creazione di un brano musicale e il metodo produttivo unico che ha reso Vecchia Romagna il brandy nato in Italia, numero 1 al mondo. Protagonista del nuovo spot è il prodotto, raccontato attraverso le immagini del suo esclusivo processo di produzione che da 200 anni viene tramandato di generazione in generazione. A questo vengono intervallate scene di editing e produzione musicale all’interno di uno studio di registrazione, grazie a una coreografia unica, realizzata dal regista Ruben Latre ed esaltata dalla straordinaria colonna sonora “I feel love”, hit disco del grande Maestro Giorgio Moroder. Una campagna integrata che promuove in maniera innovativa Vecchia Romagna come eccellenza dell’arte distillatoria italiana, fatta di artigianalità ed esperienza ma anche di estro e creatività, valori senza tempo proprio come le emozioni che la marca si propone di far vivere ai suoi consumatori.

“‘Maestro di Emozioni’ vuole celebrare l’unicità di Vecchia Romagna – afferma **Marco Ferrari**, CEO di Gruppo Montenegro – *che da ben 200 anni porta avanti la nobile arte distillatoria italiana. Con questa nuova campagna ci poniamo l’obiettivo di aumentare l’awareness sugli intrinsic di prodotto e la consideration su un target più giovane”. Inoltre, grazie all’hashtag #sentidipiù, Vecchia Romagna inviterà gli utenti a scoprire i numerosi contenuti informativi ed emozionali sia sui canali social, sia sul sito vecchiaromagna.it. Una piattaforma immersiva che offrirà un’esperienza digitale dedicata all’approfondimento delle note sensoriali caratteristiche del suo brandy.*