Heineken presenta il nuovo spot con Daniel Craig

daniel-craig-spot-heineken-d3fbb858

Heineken presenta il nuovo spot televisivo dedicato a James Bond con protagonista Daniel Craig: il lancio anticipa l'uscita nelle sale il prossimo aprile di No Time To Die, venticinquesima pellicola della serie sull'agente segreto più famoso al mondo, di cui Heineken è orgogliosa di essere partner da otto film. Lanciato oggi a livello mondiale, lo spot verrà trasmesso in oltre 75 Paesi. Partendo dalla premessa che agli occhi dei fan di tutto il mondo Daniel Craig sarà sempre James Bond, lo spot ridefinisce in un'ottica ironica l'ormai classica interpretazione dell'attore britannico. A partire da una sequenza su un taxi in corsa a tutta velocità, Craig viene riconosciuto in continuazione come James Bond dagli stupiti abitanti del luogo mentre va alla ricerca del passaporto smarrito, per poi finalmente concedersi una rinfrescante Heineken.

[embed width="560"]https://youtu.be/kXUJY78RMRQ[/embed]

"Quello che da oltre vent'anni unisce Heineken con la serie di James Bond è un proficuo rapporto di lunga data, che ormai copre ben otto film" - ha commentato **Gianluca Di Tondo**, Senior Director Global, Heineken Brand - *"In vista dell'uscita di "No Time To Die', volevamo dare un tocco diverso a un personaggio iconico, mostrando come Bond viva anche oltre il film: come diciamo noi, 'once James Bond, always James Bond'. Come facciamo anche nelle partnership come quella la UEFA Champions League e la Formula Uno, abbiamo inoltre sviluppato per questa campagna un contenuto dedicato a Heineken 0.0. Oltre a presentare la disponibilità di questa scelta nel nostro portfolio, questo elemento della campagna ha già suscitato un significativo dibattito nei media".*

No Time To Die è il venticinquesimo film di James Bond realizzato da EON Productions e sarà lanciato in tutto il mondo a partire dal 2 aprile nel Regno Unito, tramite Universal Pictures International, e dal 10 aprile negli Stati Uniti da Metro Goldwyn Mayer Studios tramite il suo marchio di distribuzione United Artists. Insieme allo spot, che sarà trasmesso in TV, online e sui social media in base alle specificità dei singoli paesi, Heineken sta anche preparando numerose promozioni dedicate

ai consumatori.