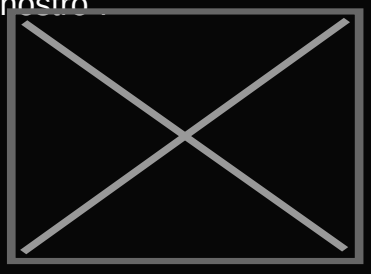
Parte la campagna pubblicitaria televisiva di Malfy Gin

campagna-adv-malfy-il-gin-a-modo-nostro-01-df87f609

L’italianità, gli agrumi di prima scelta – gli ingredienti che meglio contraddistinguono Malfy Gin - e l’aperitivo come occasione ideale per celebrare il nostro saper stare bene insieme: sono i concetti cardine del nuovo spot, in programmazione in versioni da 15 e 30 secondi sulle principali emittenti e canali televisivi nazionali tra cui Mediaset, Rai, Sky, La7 e Discovery .La campagna di oltre 2M di euro sarà trasmessa in Prime Time, Second Time e nelle fasce pomeridiane durante alcuni dei programmi più popolari del palinsesto nazionale come ad esempio l’atteso programma Mediaset Star in the Star, MasterChef, Sky Sport 24. Il debutto in tv è supportato anche da una forte campagna digital su YouTube, Spotify e gli altri principali social media.

LO SPOT
Siamo all’orario dell'aperitivo, il sole si prepara a tramontare. Su una terrazza con vista mozzafiato sul mare un gruppo di amici brinda e si diverte.L’atmosfera è conviviale calda e spensierata. Protagonisti della serata: Malfy, il gin italiano, l’amicizia, il buon cibo, la voglia di divertirsi. “Malfy, il gin a modo nostro”.



La campagna è stata realizzata dall’agenzia pubblicitaria McCann. La pianificazione è stata seguita da Havas Media, la nuova agenzia media di Pernod Ricard scelta a seguito di una gara grazie anche a una forte comunanza di obbiettivi: creare delle esperienze che portino le persone a conoscere in modo profondo il gusto dei loro prodotti. Le due realtà lavoreranno insieme per tutte le attività media dei diversi brand di Pernod Ricard.

Una partenza importante che segue un’estate intensa e di successo. Nei mesi estivi, Malfy Gin ha presidiato locali e spiagge di tutto il paese con oltre 200 eventi e un tour di 60 tappe nelle località più esclusive. La campagna di questo autunno prosegue questo racconto di convivialità, spensieratezza e voglia di stare insieme.