Tu che Amaro Sei?, la nuova campagna di Mr. Dee Still

tendenze-amari-97615701

A quattro mesi dal lancio di Mr. Dee Still, il primo shoppable magazine del mondo del beverage, i 18.000 visitatori dell'ultimo mese hanno espresso un verdetto chiaro: la categoria degli amari è la più in voga del momento.

Mentre nel mondo sono **rum** **e** **whisky** le categorie più vendute sui portali e-commerce ed in Italia il **gin**, su Mr. Dee Still gli amari fanno la voce grossa con Camatti e Jefferson. Anche GFK ha confermato questo trend con le famiglie acquirenti in crescita del 6% vs il 2021.

Visto il successo della categoria Mr. Dee Still ha lanciato la campagna **Tu che Amaro Sei?** I protagonisti dei video contents sono sei amici che si ritrovano intorno ad un tavolo per raccontarsi le proprie esperienze e celebrare orgogliosamente i tratti della propria tradizione: La Classe Milanese (**Fernet Branca**), il Corsaro Urbano (**Camatti**), l'outsider all'avanguardia (**Jefferson**), lo Spirito delle montagne (**Braulio Riserva**), la Sardegna segreta (**Mirto Pilloni**) e il Lucano, cosa vuoi di più dalla vita ? (**Amaro Lucano Anniversario**).

La Campagna ha generato **170.000 impressions** arrivando a 120.000 consumatori in meno di 7 giorni. Questi dati hanno portato la pagina Instagram di Mr. Dee Still ad avere un engagement rate del 6,2%, 4 volte superiore ai benchmark di mercato.