Bavaria Holland’s Premium Beer va in tv

bavaria-campagna-tv-02-d26430a5

Bavaria, birrificio olandese indipendente tra i leader nel mercato internazionale della birra, debutta per la prima volta in Italia con la nuova campagna TV.

Lo spot, ideato da Young & Rubicam Group, ha una durata di 10 secondi e prevede una pianificazione, curata da Initiative, di oltre 5000 passaggi, distribuiti in diverse fasce orarie su più di 40 emittenti.

Da oggi, 26 aprile per 5 settimane sarà possibile vedere la nuova campagna pubblicitaria declinata in due soggetti che esaltano rispettivamente i 300 anni storia di Bavaria, iniziata nel 1719 a Lieshout, nel Sud dell’Olanda e l’antica tradizione di mastri birrai della famiglia Swinkels, proprietaria del brand da ormai 7 generazioni. Una birra unica e di grande qualità, prodotta secondo un’antica ricetta, nota e apprezzata in oltre 120 paesi.

In entrambi i soggetti della campagna è Bavaria Premium, la Pilsner del birrificio olandese, ad essere al centro della scena. Le immagini, che raccontano il viaggio della birra dalla bottiglia al protagonista, ne esaltano la qualità e la freschezza, mentre lo speaker ne racconta la storia.

Lo spot sarà trasmesso sulle emittenti più performanti, in termini di audience e affinità con il target, delle piattaforme satellitare e digitali free. E’ stata inoltre affiancata una presenza su Canale 5 e Italia 1 con spot mirati in Prime Time su programmi a target.

“Siamo orgogliosi di presentare per la prima volta in Italia una campagna TV altamente rappresentativa dello spirito di Bavaria Holland’s Premium Beer” commenta Luca De Zen, Amministratore Delegato di Bavaria Italia. “Qualità, heritage e premiumness sono gli elementi che distinguono il nostro brand e che abbiamo voluto trasmettere in questo spot dedicato ad un ampio target di consumatori”.

Vicky Gitto, Executive Creative Director di Young&Rubicam Group, ha dichiarato “Ancora una volta Bavaria fa una scelta coraggiosa e comunica con un tocco di autoironia i valori del proprio Brand.

Infatti per raccontare i trecento anni di storia e sette generazioni di mastri Birrai dietro alla bontà e freschezza della propria birra, non ha scelto il formato più lungo ma quello più breve”.

“È per noi motivo di grande orgoglio aver accompagnato Bavaria nella sua prima esperienza televisiva” ha dichiarato Vita Piccinini, Managing Director di Initiative. “Siamo certi che la strategia di pianificazione integrata sarà in grado di assicurare e massimizzare sia la giusta visibilità sia la massima affinità rispetto al target accompagnando il brand nel periodo di massima stagionalità di consumo”.

Dopo una serie di campagne di affissione di successo, Bavaria Holland Beer sceglie il canale televisivo per rafforzare la propria visibilità in Italia e presentarsi al grande pubblico sotto una veste istituzionale che esalta l’affidabilità e la tradizione del brand.