Ceres lager lancia "Bar Paradiso". Il bar sotto casa diventa la vera meta dell'estate

62995dbe-398b-4307-a2bb-7e35bec59a35

Ceres Lager presenta "Bar Paradiso", la prima campagna di comunicazione nazionale dedicata alla nuova arrivata della famiglia Ceres. Ideata da We Are Social, la campagna ribalta il concetto stesso di viaggio, normalizza il non partire ad agosto e trasforma il bar sotto casa nella vera meta delle vacanze, invitando a riscoprire il valore di ciò che hanno più vicino" si legge nella nota stampa.

Nasce così una campagna multisoggetto che accende i riflettori su alcuni veri **locali di Milano e Roma**, accomunati da nomi che richiamano mete esotiche. Attraverso titoli ironici come "Se Cape Town è a 15 ore di volo, al Cape Town Cafè ci arrivi con la verde" oppure "A Dubai c'è il delirio, al Dubai Caffè c'è sempre un tavolo libero", il brand mette a confronto le complessità del turismo contemporaneo con la piacevole semplicità di una birra fresca sorseggiata nel proprio locale di fiducia. La campagna prende vita attraverso una pianificazione affissioni a Milano e Roma, affiancata da una strategia social e dal coinvolgimento di creator locali, chiamati a raccontare in tono ironico e provocatorio le gioie del restare in città ad agosto.

Quote

L'estate dovrebbe essere il momento in cui rallentare. Eppure è spesso il periodo in cui tutto sembra trasformarsi in una corsa: alla meta più lontana, al viaggio più esclusivo, all'esperienza più straordinaria da vivere. Con 'Bar Paradiso', Ceres Lager porta il suo posizionamento proprio dentro questo paradosso, dando nuova espressione all'attitudine dell' 'Anche Meno', che definisce la personalità della nuova Ceres Lager: più leggera, ma sempre autentica, spontanea e ironica. Un invito a riscoprire il valore dei momenti più semplici, perché a volte per stare bene basta il bar sotto casa, una Ceres Lager fresca e un po' di tempo per staccare.

Gabriele Marongiu, Brand Manager Ceres