Il video di Heineken fa il giro del mondo

heineken-dilemma-04-159de578

Oltre 8 milioni di visualizzazioni in Rete, di cui più di 4 milioni sui canali social di Heineken. Più di 1 milione di interazioni (like, commenti e condivisioni) sui principali social media. Centinaia di siti, blog e televisioni a livello internazionale ne hanno parlato, raggiungendo più di 3 milioni di lettori. Un video che ha fatto il giro del mondo in 244 Paesi.

[embed width="560"]https://youtu.be/R6xLcItSJN8[/embed]

Sono questi i numeri che stanno decretando il successo mondiale di “The Dilemma”, il video che documenta il live stunt allo stadio Olimpico ideato e organizzato da Heineken in collaborazione con Publicis Italia, durante la partita di UEFA Champions League, AS Roma – Real Madrid CF del 17 Febbraio scorso.

Per raccontare al meglio il valore dell’amicizia legato alla passione per lo sport e per il calcio, Heineken ha voluto giocare con la sua consueta ironia con un gruppo di 4 amici: Simone, Mauro, Marco e Federico. Tifano la AS Roma e guardano ogni partita insieme da 7 anni. Il divano a casa di Mauro ormai è modellato su di loro. Il loro legame è indivisibile. Ma la loro tradizione viene minacciata da un’offerta irripetibile. Uno di loro riceve un biglietto omaggio in Tribuna d’Onore per l’attesa partita AS Roma – Real Madrid CF di UEFA Champions League. Lo storico gruppo di amici viene, così, separato e la loro storia viene portata sotto gli occhi di 60.000 persone, live: gli occhi di tutto lo stadio Olimpico, poco prima del fischio d’inizio. Simone viene messo di fronte ad una scelta: meglio una partita da soli allo stadio in tribuna vip o a casa con gli amici di sempre? Il Dilemma, vissuto sotto l’enorme pressione di tutto lo stadio, porta a una scelta… e a un’incredibile sorpresa.