Heineken lancia "Dance More, Drink Slow" col dj Armin van Buuren

armin-van-buuren-img-4336-e8a5c28d

Heineken presenta una nuova campagna global fortemente innovativa che ha come protagonista Armin van Buuren, dj olandese di fama mondiale e re della Electronic Dance Music. "Dance More, Drink Slow", questo il nome della campagna, trasmette al popolo della notte un importante messaggio a favore del consumo responsabile in modo forte e impattante, rendendo il bere senza eccessi un comportamento cool e aspirazionale. Oltre al volto di Armin van Buuren, la campagna ha come colonna sonora "Save my Night", l'ultima hit del dj che, attraverso un testo immediato e coinvolgente, invita a bere con moderazione nelle serate fuori casa con gli amici.

"Dance More, Drink Slow" fa leva sul forte impegno che da tempo Heineken ripone nella promozione di una corretta cultura sul consumo responsabile attraverso la creazione di importanti campagne dedicate come, per esempio, "Sunrise", lo spot mondiale che, lanciato nel 2011, ha come finalità quella di trasmettere un importante messaggio: la notte non ha limiti per chi conosce i propri limiti. "Dance More, Drink Slow" riprende questo messaggio proponendolo in una nuova chiave.

Alexis Nasard, Global Chief Marketing Officer e Presidente Western Europe di Heineken, ha dichiarato: *"In qualità di leader del settore, Heineken desidera contribuire a fornire alla birra un ruolo positivo nella società, facendo in modo che i consumatori guardino al bere responsabile come a un valore a cui tendere. Crediamo di poter essere più efficaci nel rendere comportamenti positivi una fonte di ispirazione, usando il linguaggio creativo che da sempre ci contraddistingue e che ci rende credibile agli occhi dei nostri consumatori"*.

Floris Cobelens, Direttore Marketing di Heineken, ha commentato: *"'Dance More, Drink Slow' rappresenta un'opportunità per rendere il consumo responsabile aspirazionale e cool. La collaborazione con Armin van Buuren, inoltre, attraverso il testo del singolo 'Save My Night', rafforza il messaggio invitando al divertimento mantenendo sempre il controllo"*.

La campagna "Dance More, Drink Slow" consiste in "The Experiment", un breve film girato sotto forma di reality che, con Armin van Buuren come protagonista, mostra due diversi scenari all'interno della stessa discoteca. L'unica differenza è determinata dal dj che, grazie alla sue scelte musicali, riesce a condizionare l'andamento della serata: quando la musica crea la giusta atmosfera, il pubblico balla di più e beve meno.

"The Experiment" mostra quindi quante eccitanti possibilità si possano cogliere in una serata se si beve responsabilmente. Il video è accessibile al link http://youtu.be/uPP6fZvoyJY

"Quando suono davanti a migliaia di persone che amano la musica desidero che ciascuno si goda l'atmosfera e la ricordi anche quando la serata è finita. Questo significa consumo responsabile: bere senza esagerare per vivere al massimo ogni momento" ha spiegato Armin van Buuren. *"Ho scelto di accettare la collaborazione con Heineken per 'Dance More, Drink Slow' poiché la campagna mi ha regalato la straordinaria opportunità, e responsabilità, di entrare maggiormente in contatto con il mio pubblico contribuendo a stimolare un cambiamento nel loro modo di vivere la notte. Il consumo responsabile è un argomento che mi sta molto a cuore e poter utilizzare la musica, nello specifico Save my Night, per trasmettere questo messaggio ai miei fan in modo diverso è un'occasione unica"*.

Cos'è "The Experiment". Girato a Miami, il film "The Experiment" è stato diretto da Philip Andelman, regista di videoclip per artisti del calibro di Beyoncé, Rihanna, Jay-Z, NFL, American Express, John Mayer, Lenny Kravitz, The Gossip, The Jonas Brothers e Duck Sauce. Le riprese di "The Experiment" si sono tenute nella stessa discoteca nel corso di due serate diverse. Tutti i ragazzi che vi compaiono si trovavano in quel momento nel locale per trascorrere una serata con gli amici e non erano a conoscenza di essere filmati. Per calcolare e monitorare il consumo di alcol nel corso delle due serate, il team Heineken ha collocato una telecamera all'interno dell'area bar. La campagna è stata sviluppata dall'agenzia pubblicitaria leader nel mondo Publicis Worldwide

Sunrise ed Enjoy Heineken Responsibly. Nel 2011, Heineken aveva già affrontato il tema del consumo responsabile con "Sunrise", la campagna di comunicazione mondiale che evidenziava come il protagonista dello spot, bevendo con moderazione, trascorresse una lunga nottata in discoteca, cogliendo ogni singola occasione di divertimento e arrivando a godersi una spettacolare alba. Inoltre, Heineken si impegna da tempo nella diffusione di "Enjoy Heineken Responsibly", messaggio che, dal 2004, accompagna tutte le attività promosse dall'azienda, oltre a essere presente sul pack di ogni singola bottiglia o lattina.

Chi è Armin van Buuren. Armin van Buuren, attualmente al 2° posto nella prestigiosa Top 100 di DJ Mag, è stato il primo DJ nella storia a essere stato per ben cinque al primo posto nella prestigiosa classifica della testata. Nel corso dei suoi 15 anni di carriera, uno dei suoi maggiori successi come DJ e produttore è stato l'apprezzassimo programma radiofonico "A State of Trance", seguito ogni settimana da oltre 20 milioni di persone in più di 60 paesi. I suoi tour mondiali "A State of Trance" e "Armin Only" richiamano fan da ogni parte del mondo e Armin ha all'attivo 5 album accolti con entusiasmo da parte della critica. Per ulteriori informazioni: www.arminvanbuuren.com, www.armadamusic.com o www.astateoftrance.com.

Armada. La casa discografica olandese Armada Music è stata fondata nel 2003 da Armin van Buuren, Maykel Piron e David Lewis. Nel corso degli anni l'etichetta ha curato innumerevoli prodotti musicali di alta qualità nell'ampio panorama della musica dance elettronica, lavorando con nomi del calibro di W&W, Dash Berlin, Cosmic Gate, Paul Oakenfold e naturalmente con lo stesso Armin van Buuren. Nel 2013 Armada Music ha festeggiato il suo decimo compleanno con la vittoria del quinto International Dance Music Award per "Best Global Record Label". Con più di 25 sottoetichette e gli eventi Armada Night, che si tengono in tutto il mondo, la casa discografica con sede ad Amsterdam si è guadagnata una solida reputazione nell'ambito della scena dance mondiale.

Il marchio Heineken è presente in quasi tutti i Paesi e rappresenta la marca di birra premium più internazionale del mondo. Per maggiori informazioni visita il sito o i canali Social www.twitter.com/heineken, www.facebook.com/heineken e www.youtube.com/heineken.

[gallery]