

Heineken España estrena campaña con 'Heineken 0.0' y 'Amstel Radler'

ALIMARKET ALIMENTACIÓN | 24/05/2017 | Cervezas



La nueva cerveza premium sin alcohol 'Heineken 0.0' estrena su spot en las televisiones nacionales. Nacida con vocación de internacionalidad, 'Heineken' siempre ha sido una cerveza pionera en abrirse al mundo y a todo tipo de personas. Un carácter abierto que da un paso de gigante con el lanzamiento de su versión 0.0% alcohol. Esta es la esencia de la **nueva campaña 'Abierta a todos' ('Open to all')** en la que personas de diferentes perfiles disfrutan con libertad de una 'Heineken' en cualquier momento, especialmente aquellos que en un momento determinado eligen no tomar alcohol.

Además del spot en televisión, firmado por la agencia creativa Publicis y dirigido por el director alemán Sebastian Strasser, **la campaña en España incluye campaña digital, publicidad exterior y comunicación en hostelería y alimentación**, en los que ya está disponible esta cerveza desde el mes de abril.

'Amstel Radler' estrena videoclip

También, la marca del grupo 'Amstel Radler', la cerveza con zumo natural de limón líder del mercado, estrena el **videoclip colaborativo del single “Sal a la Calle”**, protagonizado por el cantante **David Otero** , un homenaje a la primavera, una canción inspirada en el buen tiempo. Apostando por seguir construyendo sobre el concepto “Es tiempo de Amstel Radler”, la marca ha desarrollado, de la mano de Shackleton, una acción que ha contado con la participación activa de sus seguidores, quienes a través del concurso en las redes sociales de 'Amstel', han decidido las calles en las que se ha rodado el videoclip. El Puente Romano, la Plaza Mayor y las calles más emblemáticas de Salamanca; la Plaza de Oriente de Madrid, el paseo marítimo que rodea la playa de Poniente de Benidorm han sido los lugares elegidos finalmente en esta peculiar “competición de barrios”. En tan solo unos días, la primera fase de esta acción ha conseguido la **participación de más de 600 fotografías, superando las 14.000 interacciones y logrando impactar a más de 6,8 M de personas** . Ambas marcas son elaboradas y comercializadas por Heineken España.

Alimarket