

Wystartowała najnowsza kampania wizerunkowa największej marki z portfela Carlsberg Polska – marki Harnaś. Kampania prowadzona jest na antenie największych stacji telewizyjnych. Spot utrzymany w charakterystycznej dla marki stylistyce i konwencji animacji, podkreśla dopracowaną, wysoką jakość piwa Harnaś i pokazuje, że harnasiowe piwo jest najlepszą, przyjemną „nagrodą po pracy”.

„Głównym bohaterem spotu jest znany konsumentom **Harnaś**. Tym razem wcielił się w rolę osoby pomagającej browarowi w dostarczeniu lodu niezbędnego do kontynuowania procesu warzenia piwa. Jak wiemy, to jakość wody ma kluczowy wpływ na ostateczny smak piwa. Harnaś jak zawsze chętnie pomaga w trudnych sytuacjach. A za wyteżoną ciężką pracę zasługuje na najlepszą nagrodę – skrzynkę piwa Harnaś!” – mówi Jacek Stefaniak, Senior Brand Manager marki Harnaś, w Carlsberg Polska.

„Poprzez spot zwracamy uwagę na naszą staranność w doborze składników do piwa, które wpływają na ostateczny smak i wysoką jakość **piwa Harnaś**. Podkreślamy także, że piwo Harnaś jest dla naszych konsumentów przyjemną i oczekiwaną nagrodą po ciężkim dniu pracy. Doskonale i jednocześnie trochę żartobliwie ujął to sam bohater spotu: **‘Po robocie Harnaś się należy’**.” – dodaje Jacek Stefaniak.

Spot reklamowy będzie emitowany na antenie największych stacji telewizyjnych, takich jak: Polsat, Polsat Sport, TVP. Pierwszą odsłonę kampanii rozpocznie spot 30-sekundowy, w kolejnej odsłonie kampanii emitowany będzie spot 15-sekundowy.

Za planowanie i zakup mediów odpowiada Media Direction OMD.

Autorem kreacji reklamy jest agencja Red8. Reklama została wyprodukowana przez studio filmowe Propeller Film. Animacja przygotowana została przez Studio Alien FX.

Carlsberg Polska