

Carlsberg Polska & agencja reklamowa Red8 Communications Group promują wizerunek piwa OKOCIM w humorystycznej konwencji filmu gangsterskiego z lat 20-tych.

Rusza najnowsza kampania wizerunkowa marki **Okocim**, z portfela **Carlsberg Polska**, pod hasłem „**Okocim – Wszystko dla Przyjemności**”. Spot telewizyjny, utrzymany w konwencji filmowej, przenosi widza w klimat magicznych lat 20-ych XX wieku, wprowadzając jednocześnie w męski świat okocimskiej przyjemności i podkreślając bogatą tradycję piwa Okocim.

Akcja spotu, nagrany w konwencji kryminalnej retro, rozgrywa się na miejskim placu, w pobliżu banku. Głównymi bohaterami filmowej opowieści są: strażnik banku, właśnie kończący służbę i oczywiście piwo Okocim. W spocie pojawia się też grupa, która chce wykorzystać fakt niewiarygodnej przyjemności czerpanej ze smaku piwa Okocim. Strażnik, wyraźnie zaintrygowany piwem Okocim, ulega pokusie i oddaje się przyjemności delektowania się jego smakiem. Siedząc przy barze w stylowym lokalu ze szklanką Okocimia zapomina o zgiełku miasta i ...nie zauważa wydarzeń, rozgrywających się po drugiej stronie ulicy. Puentą spotu jest hasło: „Okocim – Wszystko dla przyjemności”.

„W tegorocznej kampanii marki chcemy z przymrużeniem oka opowiedzieć historię, starą jak rodzaj męski: są takie pokusy, którym mężczyzna się nie oprze. Smak piwa, szczególnie piwa Okocim jest niewątpliwie jedną z nich.” - mówi Dariusz Deszczka, Senior Brand Manager marki Okocim.

„Dopełnieniem przekazu **‘Wszystko dla przyjemności’** jest filmowa, komediowa konwencja reklamy. Niepowtarzalna atmosfera lat dwudziestych ubiegłego wieku, doskonale podkreśla bogate korzenie marki Okocim, doskonale znanej mężczyznom już od 1845 roku. Zależało nam, by spot oglądało się lekko, z zainteresowaniem i uśmiechem odprężenia jednocześnie, by przywodził na myśl ponadczasową klasykę w najlepszym gatunku, której reprezentantem w świecie piwa jest marka Okocim.” – mówi Dariusz Deszczka.

„Bohater reklamy daje się uwieść prawdziwie męskiej przyjemności, jaką jest smakowanie piwa Okocim. Tym samym pokazuje, że mężczyźni zrobią niemal wszystko dla tak wyjątkowej chwili. Mamy nadzieję, że nasi konsumenci dadzą ponieść się pokusie smaku piwa Okocim, a momenty spędzone przy nim będą dla nich jedyną w swoim rodzaju męską przyjemnością.” – dodaje Dariusz Deszczka.

„W przygotowanej strategii komunikacji skupiliśmy się na wprowadzeniu marki Okocim w naturalny dla niej świat męskich przyjemności. To przyjemność tak silna, że nawet twardy facet z radością jej ulegnie.” – podkreśla Michał Leszczyński, Strategic & Account Director Red8, odpowiedzialny w agencji za koordynację całości działań dla marki. „Realizacja spotu była dla nas bardzo znaczącym i prestiżowym projektem, jednym z największych w historii Red8. Wspólnie z Klientem jesteśmy naprawdę bardzo zadowoleni z efektu.” – konkluduje Michał Leszczyński.

45-sekundowy spot Okocimia będzie emitowany w stacjach ogólnopolskich tj. TVN, TVP1, TVP2, Polsacie, TV4, wszystkich programach Discovery Channel i Animal Planet, kanałach tematycznych Polsat Sport, TVP Sport, TVP Kultura oraz w stacjach pakietu At Media.

Autorem kreacji spotu telewizyjnego jest agencja Red8. Spot wyreżyserował Michał Sabliński, zaś za zdjęcia odpowiada jeden z najbardziej znanych polskich operatorów filmowych, pracujący na co dzień w Hollywood, Andrzej Sekuła, który zrealizował największe hity światowego kina, na czele z filmami: „Wściekle psy” czy „Pulp Fiction” w reżyserii Quentina Tarantino.

Przedstawiciele agencji: Aleksander Łukomski / Michał Leszczyński

Dyrektor kreatywny: Maciej Marasek

Copywriter: Andrzej Kotański

Art. Director Bartek Czober

Dom mediowy: Media Direction OMD

Dom produkcyjny: Graffiti Film
Reżyser: Michał Sabliński
Operator: Andrzej Sekuła
Media: telewizja, internet, materiały POS
Czas trwania: od 29 marca bez podania terminu zakończenia

Agencja **Red8** istnieje od 2002 r. Stworzyła wiele uznanych i nagradzanych kampanii reklamowych. W ostatnim, jednym z najważniejszych konkursów reklamowych Effie, w październiku 2009 r., agencja Red8 zdobyła srebrną statuetkę.

Carlsberg Polska