

Już w połowie lutego rusza kampania „Otwórz Dębowe”, w której Piotr Fronczewski zaprasza do świata Dębowego - męskiego azylu, w którym dojrzały mężczyzna cieszy się chwilą spokoju, mogąc kontemplować czas spędzany w przestrzeniach klubu gentelmanów. Odświeżenie marki Dębowe obejmuje zmianę nazwy, nową komunikację wizualną oraz spot reklamowy.

Piotr Fronczewski został ambasadorem nowej kampanii Dębowe Dojrzałe Mocne. W ramach współpracy z marką wciela się w rolę Majordomusa, stając się łącznikiem między światem codziennym a światem Dębowego – miejscem magicznym, dedykowanym dojrzałym piwoszom, ceniącym piwo o głębszym i mocniejszym charakterze. Hasło przewodnie kampanii brzmi – „Otwórz Dębowe” – jest zaproszeniem dla wszystkich dojrzałych mężczyzn, którzy doceniają nie tylko walory smakowe Dębowego Dojrzałego Mocnego, ale również unikalną atmosferę sprzyjającą spożywaniu piwa.



„Odświeżając wizerunek piwa Dębowe skupiamy się na podkreślaniu głównych atutów marki. Dojrzały charakter to cecha wspólna zarówno dla marki i konsumenta. Dębowe Dojrzałe Mocne jest męskie, pewne siebie i otwarte na dzielenie się tym, co ma najlepszego. Wszelkie zmiany, których dokonaliśmy w Dębowym zostają podkreślone przez znakomitą osobowość ambasadora – dojrzałego, dostojnego mężczyzny - Piotra Fronczewskiego” – mówi Jacek Grabarczyk, Brand Manager z Kompanii Piwowarskiej.

Rebranding Dębowe Dojrzałe Mocne będzie wsparty kampanią outdoorową, digitalową i PR. Widoczność w sklepach będzie wzmocniona dzięki materiałom POSM. Koncepcję kreatywną dla marki Dębowe Dojrzałe Mocne przygotowała agencja PZL, kreacją spotu zajmowało się studio filmowe OTO Film postprodukcją – TELEVISOR. Kampanię digital media przygotowała agencja Huta 19, a za kampanię w social mediach oraz PR odpowiada Tailor Made PR. Za zakup mediów odpowiada Zenith Optimedia. Design opakowań zaprojektował Mango Design.

Kompania Piwowarska