

Hoshva PR

ТМ «Чернігівське» усиливает футбольную платформу бренда

26 мая в эфире 18 национальных телеканалов стартовал новый ролик от ТМ «Чернігівське». Главная идея ролика, получившего название «Без нас»: без болельщиков футбол не существует, а по-настоящему можно «болеть» только с любимым пивом «Чернігівське».

Тем самым ролик продолжает имиджевую коммуникацию бренда - «Футбол на полную».

По словам Менеджера Группы Марок Светланы Даниловой, новый ролик призван, в первую очередь, продемонстрировать ключевую роль болельщиков в футболе. «Помимо важной спортивной составляющей, футбол - это особая атмосфера, это накал страстей и ощущение праздника. «Чернігівське», как пиво настоящих болельщиков, объединяет всех, кому небезразличен футбол» - отметила Светлана.

Съемки проходили ночью на Национальном спортивном комплексе «Олимпийский». В массовых сценах было задействовано более 200 человек.

Креативная концепция ролика принадлежит агентству Adventa Lowe. Съемки осуществила продакшн-студия: «Молоко фильм». Режиссер: Джеп Ронд (Jerpe Ronde).

ТМ "Чернігівське" - первый по объемам продаж и один из самых динамично развивающихся национальных брендов в портфеле компании "САН ИнБев Украина". На рынке бренд представлен тремя основными сортами: "Премиум", "Світле", "Міцне". А также специальными: "Біле", "Багряне", "Біла Ніч" и безалкогольным пивом с растительно-витаминными добавками "Чернігівське Fitness+".