Parte la nuova campagna promozionale di Schweppes

packshot-tonica-089092f8

Schweppes torna on air da domenica prossima, 20 giugno, e sarà visibile in più di 12 Paesi in Europa con “I Like it like that”, una campagna d’impatto che si svilupperà sulle principali reti televisive e su diverse piattaforme digitali. Questa nuova campagna pubblicitaria ideata da TBWA\Paris nasce per illustrare e raccontare una sostanziale evoluzione del posizionamento di Schweppes che vede la regina delle toniche più famosa al mondo diventare la bevanda ideale da consumare durante i diversi momenti della giornata. “I like it like that” appare così come un invito ad entrare nel mondo Schweppes, nella sua molteplicità di gusti, quindi anche dei momenti di consumo più svariati per esaudire ogni desiderio dei propri drink lovers.

Lo spot elegante, fresco e divertente, giocando con i codici cinematografici, vuole sottolineare al meglio il DNA premium del brand sottolineando più in generale la versatilità del consumo di Tonica. Il film, diretto da Romain Chassaing e prodotto da SOLAB, utilizza i codici del genere cinematografico più attuale e ci porta successivamente al tavolo dei gangster, al fianco di una giovane talentuosa pattinatrice campionessa di scacchi, nelle cucine di un ristorante stellato, per finire sul tetto di un palazzo dove troviamo tutti i nostri protagonisti che si godono un drink. Le diverse scene sono tutti momenti di consumo in cui Schweppes è la protagonista: pranzo, pausa, lavoro o aperitivo con gli amici. L'iconico brano musicale "I like it Like that" di Pete Rodriguez è stato riadattato da Vanny Jordan e dai suoi musicisti a Medellin per far emergere il calore latino.

Ancora una volta, Schweppes in qualità di marchio entrato nella storia del bere mondiale grazie all’internazionalità e alla qualità dei suoi prodotti conosciuti da oltre 200 anni, conferma la propria attenzione alle tendenze del mercato e alle esigenze dei suoi consumatori.