Emirates lancia una campagna per promuovere Dubai e ispirare i viaggi

Emirates ha lanciato una campagna adv da 15 milioni di dollari per ispirare al viaggio e promuovere il vasto network globale della compagnia aerea, tra cui la sua “casa” e il suo hub, Dubai.
La campagna ha come sottofondo la colonna sonora “Don’t stop me now” dei Queen, riconosciuto da uno studio come uno dei brani più emozionanti e capace di mettere di buon umore che abbia scalato le classifiche in UK negli ultimi 50 anni.
L’annuncio dello spot è realizzato con un lavoro fotografico che mostra le destinazioni chiave e le funzionalità a bordo degli aerei Emirates, con uno stile di narrazione visuale che rappresenta “un’immagine all’interno di un’immagine”.
Lo spot si conclude a Dubai, enfatizzando come Emirates colleghi il mondo proprio attraverso Dubai.
Boutros Boutros, Emirates’ Divisional Senior Vice President for Corporate Communications, Marketing and Brand, ha dichiarato: “In Emirates crediamo che le persone, indipendentemente dal loro background, abbiano un forte desiderio di viaggiare e di vivere il mondo. Vogliono essere ispirate, scoprire e divertirsi. È per questo che abbiamo scelto di utilizzare la colonna sonora dei Queen e un approccio creativo ed energico, per ricordare alle persone l’emozione del viaggio”.
La campagna è stata diffusa nei mercati più importanti in tutto il mondo a partire dal 15 ottobre.
Lo spot è stato concepito e scritto in house e guidato dal regista Vaughan Arnell. I passaggi di fotocamera continue "no-cut" sono state supportate dalla tecnologia all’avanguardia CGI (computer generated imagery) dello studio MPC di Londra, vincitore dell'Oscar (effetti speciali) per il film “Il libro della giungla”.