



Llega Saaz, la primera cerveza elegida democráticamente

Damm ha lanzado al mercado la nueva cerveza Saaz, dirigida a un público al que no le gusta este tipo de bebida. El novedoso producto se caracteriza por poseer un escaso sabor amargo, un aroma expresivo, una baja graduación alcohólica (3,5%) y suavidad. Para poder fabricarla Damm ha ido hasta la pequeña región checa de Saaz, donde se cultiva un lúpulo destacado por su exclusividad, intenso aroma y escaso

amargor. Por este motivo la compañía ha creado la marca Saaz para su cerveza, con el objetivo de hacer un pequeño homenaje a una región que tiene unos vínculos de unión muy fuertes con un producto tan importante en la elaboración de la cerveza como es el lúpulo.

La cerveza Saaz se puede encontrar en botella de vidrio transparente de 33 centilitros en packs de seis unidades. En un futuro se espera ampliar la distribución, ya que de momento sólo está presente en algunos supermercados. Además de en estos establecimientos, la cerveza Saaz se puede encontrar también en botella de vidrio transparente de 33 cl. en el canal hostelería.

Para el lanzamiento se realizó una acción especial en la que los consumidores decidieron si se lanzaba o no el producto. Para ello se seleccionaron 250 bares de Barcelona, que se convirtieron en sedes electorales. Allí la gente podía probar la nueva Saaz y votar si quería que existiera una cerveza de estas características o no. Finalmente se recogieron más de 5.000 votos que se depositaron en unas urnas especialmente colocadas para la ocasión. La campaña se inspiró en la estética de la segunda república, el cartelismo y los discursos de la época para invitar a los clientes a votar en este sufragio tan particular.

Alpino se anuncia por primera vez en televisión

La empresa Industrias Masats, propietaria de la marca de lápices Alpino ha decidido anunciar por primera vez esta firma por televisión. La primera aparición televisiva de Alpino se está llevando a cabo en cadenas estatales y autonómicas, así como en algunos programas infantiles de los canales digitales. El spot, presente en televisión desde finales de agosto y durante el mes de septiembre, se emite en cuatro versiones diferentes de 20" y 10", con una amplia cobertura, dirigida tanto a los niños como a sus padres, lo que la empresa fija en unos 120 millones de impactos.

En el anuncio, creado por la agencia de comunicación Dinámicas, la imaginación juega un papel fundamental, que muestra como los niños pueden hacer realidad sus sueños con los productos de la marca.



Tetra Pak utiliza sus productos para difundir su campaña de publicidad

La compañía Tetra Pak España utilizará por primera vez sus envases Tetra Brik como soporte publicitario. Se trata de una campaña de Tetra Pak para promocionar sus productos, que se incluirá en los productos de algunos de sus clientes como Leche Pascual, Covap o Leyma y que también será planificada en suplementos dominicales y revistas.

En la acción publicitaria se destaca, a través de dos creatividades singulares, que los envases protegen su contenido de la

luz y del aire que están fabricados con materia prima natural, renovable y reciclable, entre otras cosas.

La pieza, que ha sido desarrollada por Euro RSCG Barcelona, estará planificada un total de 8 meses.

MTV lanza MTV Switch, una acción contra el cambio climático

MTV Networks ha lanzado en todo el mundo MTV SWITCH, la primera campaña contra el cambio climático orientada a los jóvenes, en formato global y multiplataforma. A través de recursos online y programación en televisión, esta iniciativa busca promover entre los jóvenes estilos de vida respetuosos con el medio ambiente, y así reducir las emisiones de dióxido de carbono que contribuyen al cambio climático. MTV España emite consejos para ahorrar energía presentados por estrellas locales e internacionales y una serie de documentales presentados por el cantante Macaco, entre otras acciones.

Asimismo varias de las agencias de publicidad más prestigiosas del mundo y MTV Networks International han creado diversos spots de concienciación disponibles sin ningún coste para canales y distribuidores de contenido en televisión, internet y móvil. Concretamente, como parte de la campaña internacional MTV SWITCH, las principales agencias de publicidad del mundo (180 La, Lowe Worldwide, Ogilvy, Wieden + Kennedy 12, Y&R) junto a MTV Networks International han realizado 35 spots que estarán disponibles a través de los 55 canales de MTV Networks en 162 países, 44 websites y 16 servicios móviles, llegando a una audiencia potencial de 1.500 millones de personas. Estos anuncios conectan gracias a su estilo único con la audiencia de MTV, los jóvenes de 15 a 25 años. En ellos pueden verse sencillos consejos que demuestran que pequeñas acciones puestas en marcha por muchos individuos pueden marcar una gran diferencia en las emisiones mundiales de CO2. Además MTV pondrá en marcha programación complementaria dedicada a la conservación de la energía a lo largo del año.

El nuevo Ibiza Gran Hotel, un centro de organización de eventos

La isla de Ibiza dispondrá a partir de este invierno del nuevo Ibiza Gran Hotel, un establecimiento que ofrecerá distintas posibilidades para la organización de eventos y de incentivos los 365.

El nuevo hotel dispondrá de una amplia oferta de salas y salones con capacidades máximas de hasta 450 personas totalmente equipadas con la más alta tecnología en imagen y sonido. También tendrá un centro de negocios, un moderno espacio de convenciones, 157 lujosas suites todas de tipo loft, un spa, terrazas, restaurantes a la carta y galería de arte con las más valoradas vanguardias. Un total de 27.000 m2 junto al ya histórico Casino de Ibiza, cuya sociedad explotadora ha impulsado íntegramente este importante proyecto.