



Communiqué de presse
Mars 2020

Heineken® met en lumière ses racines à travers une nouvelle campagne de marque

Amsterdam, Authentique, Pur malt d'orge, Recyclable...
Autant de traits symboliques qui amènent à (re)découvrir Heineken®

Paris, 11 mars. Au-delà d'être mondialement connue, Heineken®, de par ses origines et son histoire, a toujours été proche de ses consommateurs. La provenance de ses matières premières, la qualité produit, le savoir-faire authentique de ses maîtres-brasseurs et l'éco responsabilité sont autant de caractéristiques qui la définissent et qui répondent à leurs attentes.

Cette nouvelle campagne de marque signée Publicis Conseil illustre les racines profondes de cette bière iconique.

Heineken®, c'est la célèbre bouteille verte ornée d'une étoile rouge... mais c'est aussi une marque qui a encore de nombreuses facettes méconnues à partager et à faire découvrir à ses consommateurs.

Chez Heineken®, l'histoire familiale et l'héritage néerlandais occupent une place essentielle. Depuis près de 150 ans, Heineken® a su développer son savoir-faire de brasseur et continue, chaque jour, à partager sa passion pour la culture de la bière.

Depuis sa création en 1873, Heineken®, c'est aussi une promesse de qualité : une recette authentique composée exclusivement de 4 ingrédients d'origine naturelle que sont l'eau, la levure A, le houblon et du malt 100% pur orge français.

Heineken®, c'est aussi une marque engagée, avec une forte préoccupation environnementale. Ainsi, en apposant l'info-tri sur 100% de ses emballages ou encore le logo « recyclable à l'infini » sur ses canettes, la marque informe le consommateur sur le bon geste de tri à adopter. En effet, les bouteilles en verre, les canettes en aluminium, les capsules en acier, les cartons d'emballages de la marque Heineken® sont 100% recyclables s'ils sont jetés dans le bon bac de tri.

A travers cette campagne, Heineken® tient à mettre en avant ce qui la définit vraiment. Sur chacun des visuels, ses valeurs prennent une place centrale et positionnent le nom de la marque au second plan. Une façon de faire (re)découvrir au consommateur l'essence même du produit et ses origines.



Une campagne visible dès le 9 mars qui comprend de l'affichage, de la presse et du digital (bannières et réseaux sociaux).

Dates de la campagne : du 9 mars au 19 avril 2020

Réseaux sociaux : Facebook et Instagram

Affichage

Presse

Display

Heineken®

Marketing Director: Antoine Susini

Marketing Manager: Maja Mikielska-Hop

Brand Managers: Romain Didot, Myriam Marouli

Publicis Conseil

President in charge of Creation: Marco Venturelli

Creative Director: Nicolas Denis, Anthony Clouet

Strategic Planner : Inès Blanfuney

Account Managers : Marie Wallet, Charlotte Baudry, Camille Lechauve, Laura Charles

Social : Mael Noubissie

Producer : Imène Sellaoui

Starcom

Account Managers : Laurent Capion, Jeanne Courbarien, Anthony Rafidison, Elise Queru

Production

Production Company : 1718 Paris

CONTACTS PRESSE

PUBLICIS CONSULTANTS

Virginie Buffard - virginie.buffard@publicisconsultants.com

01 44 82 46 55 – 06 31 90 65 91

HEINEKEN®

Valentine Noury valentine.noury@heineken.fr

01 47 14 29 76 – 06 71 57 70 02