



## Heineken® comemora 150 anos de bons momentos com o primeiro 'outdoor 3D' em Portugal

- *O aniversário está a ser assinalado pela marca com uma forte campanha local, que celebra todas as formas como as pessoas pronunciam, adaptam e apreciam a sua cerveja ao longo dos anos;*
- *Foi ainda apresentada uma promoção ao consumidor que entre o dia 1 de agosto e 30 de setembro irá oferecer mais de 4 mil prémios aos consumidores, entre eles 1 viagem por semana à Heineken Experience em Amesterdão*

**Lisboa, 21 de julho de 2023.** "150 anos de bons momentos. À tua maneira" é a assinatura da campanha de aniversário de Heineken®, que até ao final de setembro vai mostrar como a marca não se importa com a forma como os consumidores a bebem, denominam ou soletram, desde que desfrutem de bons momentos, à maneira de cada um.

"Aineken", "Jeineken" ou "Hakkinen" são apenas algumas das muitas formas como a marca Heineken® é conhecida em todo o mundo. No entanto, Heineken® tem uma mente aberta e aproveitou o seu aniversário para mostrar que os bons momentos não são gerados por soletrar ou beber uma cerveja de uma determinada forma, mas são antes aperfeiçoados e desfrutados através de momentos de socialização de qualidade.

Um cenário ilustrado na campanha que já está no ar, em TV, no digital e nas redes sociais, através da criação de conteúdos por parte dos embaixadores da marca, e que conta com uma novidade no formato Digital Out of Home. A Heineken® mostra-se mais uma vez pioneira e inovadora, levando para as ruas uma das primeiras campanhas 3D em Portugal, com recurso à técnica de perspetiva forçada, que está a passar em ecrãs digitais de grande formato, posicionados em diferentes zonas de Lisboa e Algarve.

Este projeto, que resulta de uma parceria com a JCDcaux, Dentsu e Leo Burnett - Publicis Groupe, mistura criatividade com uma técnica de perspetiva forçada e mostra uma representação hiper-realista da icónica garrafa de Heineken® em movimento, numa



experiência imersiva com cores vibrantes e elementos dinâmicos que capta mais facilmente a atenção do público.

*"Queremos continuar a superar as expectativas e a aproximar os consumidores portugueses da marca Heineken®. Esta inovação permite-nos impactar de forma ainda mais diferenciadora e interativa todas as pessoas que se cruzarem com este novo formato de comunicação, cumprindo ainda um dos propósitos da nossa campanha de aniversário: criar boas memórias"* explica Filipa Magalhães, responsável de marketing de Heineken® em Portugal.

### **Promoção ao consumidor oferece mais de 4000 prémios**

O filme oficial da campanha, que materializa o posicionamento da marca, foi apresentado no evento de celebração dos 150 anos, realizado esta quinta-feira, nas Carpintarias de São Lázaro, em Lisboa, que juntou cerca de 500 convidados, entre clientes, parceiros, representantes de outras marcas que também sofrem problemas de 'pronúncia' e também figuras públicas associadas à Heineken®.

Outro dos momentos altos da noite foi o anúncio de uma nova promoção ao consumidor, válida nos canais *On* e *Off* trade. A promessa é de refrescar o verão dos portugueses através de um passatempo que irá oferecer mais de 4 mil prémios até ao final de setembro.

Para participarem nesta promoção\*, que decorre de 1 de agosto a 30 de setembro, os consumidores maiores de 18 anos só têm de submeter o seu talão de compra de um dos produtos do portfólio de Heineken® (Original, Silver e 0.0, nos formatos garrafa, pressão ou lata) na plataforma Heineken.pt.

Ao concorrerem neste passatempo, os participantes podem ganhar 1 viagem por semana à *Heineken Experience* em Amesterdão, entre outros brindes que vão desde *merchandising* Heineken® a bilhetes duplos para os Cinemas NOS e vouchers Fnac, Spotify e Netflix.

### **Um brinde à multiculturalidade**

Gregório Duvivier e Inês Lopes Gonçalves foram os *hosts* da comemoração de aniversário, que teve como introdução um *medley* de várias músicas associadas aos patrocínios mais



emblemáticos de Heineken® – *Champions League*, Fórmula 1 ou James Bond, entre outros –, com composição de Jorge Salgueiro e interpretadas por um conjunto de músicos liderados pela maestrina Renata Oliveira.

No decorrer do evento, Heineken® ofereceu uma garrafa comemorativa aos convidados com o rótulo personalizado com o nome de cada pessoa, da forma como é pronunciado ou escrito pelos membros da plataforma *People of Lisbon* (uma comunidade estrangeira a viver em Lisboa, ligada às artes). A artista Vanessa Teodoro, um dos grandes nomes da arte urbana em Portugal, foi também responsável por desenhar alguns desses nomes nos rótulos da garrafa oferecida a cada convidado.

Esta ação foi a materialização do mote da campanha de aniversário, brindando, assim, à multiculturalidade de Heineken®.

A DJ Yen Sung e o DJ Set Moullinex & Xinobi subiram depois à cabine de som para dar ritmo à pista de dança, onde todos puderam celebrar a música ao seu ritmo e o aniversário de Heineken® à sua maneira.

--

#### **Elementos multimédia para imprensa:**

- Pode descarregar imagens do evento [aqui](#).
- Neste [link](#) pode também fazer download dos filmes da campanha de aniversário de Heineken em Portugal (versões de 60" e 20").

\* O regulamento está disponível para consulta [aqui](#), a partir de dia 1 de agosto.

Para mais informações por favor contactar:

#### **M Public Relations**

Hugo Alegre | 913 873 203 | [halegre@mpublicrelations.pt](mailto:halegre@mpublicrelations.pt)  
Luís Viegas | 910 628 453 | [lviegas@mpublicrelations.pt](mailto:lviegas@mpublicrelations.pt)

**Sobre Heineken®:**



Em 1873, um jovem empresário chamado Gerard Heineken descobriu a paixão pelo fabrico de cerveja. Comprou então um terreno na região que é hoje o centro de Amesterdão, construiu uma cervejeira e dedicou-se a aperfeiçoar a receita que em breve se tornaria a primeira cerveja lager "premium" da Holanda. A notícia rapidamente se espalhou, e o nome Heineken®, estampado em cada garrafa, tornou-se um símbolo nacional de qualidade. No coração do sucesso da Heineken® estão ingredientes puros e naturais: malte de cevada, água, lúpulo e um pequeno, mas significativo elemento, chamado levedura A. A levedura A, exclusiva da Heineken®, é responsável pelo sabor rico e equilibrado, bem como pelas subtis notas frutadas que têm distinguido cada Heineken® desde o século XIX. Heineken® é a marca de cerveja premium mais internacional do mundo, vendida em mais de 170 países.