**HEINEKEN® LANCIA LA NUOVA CAMPAGNA “****Un brindisi ai tifosi, quelli veri”**

**A SOSTEGNO DELL’INCLUSIVITÀ NEL MONDO DEL CALCIO**

***Mentre la Champions League è impegnata nella fase cruciale di eliminazione diretta, arriva in Italia la campagna Heineken® che celebra l’essenza del tifoso appassionato, quello vero.***

Milano, 22 marzo 2024 - Heineken® celebra la **stagione della UEFA Champions League** con la nuova campagna “**Un brindisi ai tifosi, quelli veri**” - in partenza dal 24 marzo sulle principali Reti Televisive Mediaset, Sky, Discovery e sulle piattaforme digitali che ci permettono di focalizzarci e colpire in modo più mirato gli interessati al calcio (oppure i nostri Fan sfegatati) - con il supporto della consolidata piattaforma globale "**Fresher Football**", impegnata nel rendere il calcio uno sport più inclusivo e un’occasione viva di condivisione.

La campagna, nel perfetto stile irriverente del brand, mira **a rendere il** **campo da gioco uno spazio paritario dove i valori di inclusione e diversità vengano celebrati, e a rivoluzionare il significato di vero tifoso appassionato o “Sfegatato”**, riqualificando un titolo a volte associato a comportamenti negativi sugli spalti degli stadi e non solo. Il tifoso italiano verrà anch’esso molto rappresentato, proprio per sottolineare la passione che da sempre caratterizza l’Italia stessa.

Il cuore della campagna, ideata dell'agenzia creativa LePub, è il nuovo [**spot**](https://lion.app.box.com/s/i0bj9gqe2rfcbgxyzuidy17857ocwgfa/file/1454942120504) **TVC** della durata di 30" diretto dal regista australiano Mark Molloy, che tratteggia con tocco umoristico la passione senza limiti delle persone: padre e figlia attendono assonnati l’inizio della partita sintonizzati a Singapore alle 02:30 del mattino; una ragazza chiama il cane col nome del suo idolo “Totti”; una giovane coppia cerca con ansia il “calzino fortunato”, prima che il match abbia inizio. Ciò che però accompagna tutti i tipi di tifosi è una buona Heineken® che è sempre al fianco degli appassionati per **sostenerli non solo nelle loro passioni ma per dare un messaggio di inclusività, dentro e fuori dal campo da gioco**. Perchè **essere un “vero tifoso” dipende da come si esprime l’amore per il calcio e lo sport**.

Un brindisi dunque ai tifosi superstiziosi, fedeli, insonni; insomma, un brindisi ai tifosi, quelli veri, chiunque essi siano.

Per saperne di più su come Heineken® contribuisce a rinnovare le prospettive del calcio e a promuovere un'esperienza più positiva e inclusiva per tutti i tifosi, si può visitare il sito: https://www.heineken.com/it/it/realhardcorefans.

**HEINEKEN** produce birra in Italia da oltre 45 anni, è presente sul territorio con i 4 birrifici di Comun Nuovo (BG), Assemini (CA), Massafra (TA) e Pollein (AO) e con un network distributivo - Partesa - specializzato nei servizi di vendita, distribuzione, consulenza e formazione per il canale Ho.Re.Ca che opera con centri logistici su tutto il territorio.

Con più di 2.000 dipendenti, HEINEKEN è oggi il primo produttore di birra nel nostro Paese, dove produce e commercializza più di 6 milioni di ettolitri di birra, investendo in innovazione e sviluppo.

Attraverso il piano “Brew a Better World” HEINEKEN integra la Sostenibilità al business, creando valore per l’azienda, la società e l’intero pianeta.

Per maggiori informazioni visita il sito o i canali Social:

[www.heinekenitalia.it](http://www.heinekenitalia.it)

[www.heineken.com/it](http://www.heineken.com/it)

[www.facebook.com/heineken](http://www.facebook.com/heineken)

<https://twitter.com/Heineken_IT>

<https://www.instagram.com/heineken_it/>

[www.youtube.com/heineken](http://www.youtube.com/heineken)

**Per informazioni:
INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione**

|  |  |
| --- | --- |
| Novella D’Incecco +39 338 853 8983Alessandra Dinatolo +39 348 415 1778Arianna Brasca +39 345 941 0944Ludovica Sampalmieri +39 345 400 0009heinekenbrands@inc-comunicazione.it  | **HEINEKEN Italia**Alfredo PratolongoFiammetta Venturaufficio\_stampa@heinekenitalia.it |