

The logo for FUSE, consisting of the word "FUSE" in a bold, red, sans-serif font.

Corona-Extra si affida a Fuse per accendere il divertimento sulle spiagge italiane

Milano, 22 luglio 2013 – Il tramonto, il mare, la musica e il gusto speciale di Corona-Extra, ecco gli ingredienti del divertimento dell'estate 2013: stiamo parlando del Corona-Extra SocialIce Tour, la tournée estiva del noto marchio di birra partita sabato 13 luglio con una prima tappa al Lido di Spina (FE) per approdare a Jesolo (VE) il 20 luglio e che proseguirà fino al 28 agosto toccando in tutto 8 importanti località balneari italiane, dall'Alto Adriatico alla Sicilia passando per il litorale laziale e la Riviera Ligure.

Una formula di divertimento social allo stato puro, ideata, sviluppata e coordinata per il brand Corona da Fuse, divisione di OMD - sigla di Omnicom Media Group - dedicata ai progetti speciali e a tutte le attività di comunicazione innovative. Un progetto, una strategia di comunicazione unconventional e integrata, un mix di azioni off e online, con il coinvolgimento dei canali social e una mini pianificazione su Youtube. A supporto dell'attività anche lo speciale team di animatori-cantanti, i Corona Juke Boys, composto da 5 dei numerosi partecipanti al contest indetto sulla pagina Facebook di Corona-Extra nel mese di giugno.

Per dare ulteriore valore al progetto, moltiplicare il recruiting e l'impatto di comunicazione, è stata definita una media partnership con m2o e DeeJay TV grazie alla quale ci sarà la diretta radiofonica e i DJ set live di m2o in due tappe, e uno speciale shooting sui contenuti e i protagonisti del Sunset SocialIce Tour che darà vita a pillole video di 2 minuti che saranno programmate nell'arco di una settimana a settembre da DeeJay TV, come attività di branded content.

Nessuna realtà virtuale, nessun effetto speciale: il Corona-Extra SocialIce Tour "accenderà" il divertimento sulle spiagge italiane dal calar del sole, portando allegria, musica e il fascino dei falò, insieme alla freschezza di Corona-Extra, sempre tenuta sotto ghiaccio per gustare il suo sapore autentico, leggero e dissetante, accompagnato da una fetta di lime. Perché è così che va consumata la Corona-Extra, ghiacciata e in bottiglia, sdraiati su una spiaggia in una serata tra amici.

"Siamo orgogliosi di aver avuto la possibilità, grazie a Carlsberg, di seguire per intero questo progetto, dall'ideazione del concept allo sviluppo creativo e dei contenuti. Si tratta di un piano d'azione originale e multi piattaforma, con il quale abbiamo rilanciato il concetto del falò in spiaggia in chiave ghiacciata, celebrando non solo il momento di consumo della birra ma lo stare insieme in spiaggia al tramonto" commenta Stefano Corona, responsabile del progetto per Fuse.

Il Corona-Extra Sunset SocialIce Tour proseguirà quindi con gli appuntamenti di domenica 28 luglio a Grado (Go), sabato 3 agosto a Monopoli (BA), sabato 10 agosto a Ostia (Roma), sabato 17 agosto a Sanremo (IM), giovedì 22 agosto a Mondello (PA), per concludersi con la tappa

finale a Sciacca (AG) di mercoledì 28 agosto. Per seguire tutte le tappe è possibile visitare il sito www.corona-extra.it e la pagina facebook www.facebook.com/coronaextraitalia.

Carlsberg Group, con i suoi circa 135 milioni di ettolitri di birra venduti nel 2010, l'equivalente di oltre 99 milioni di bottiglie ogni giorno, si colloca al 4° posto nella classifica dei maggiori produttori di birra nel mondo, detenendo una posizione di assoluto rilievo nel segmento delle birre Premium. Attualmente il Gruppo Carlsberg è attivo in più di 150 mercati, ha oltre 40.000 dipendenti, controlla un centinaio di filiali e società associate e si avvale di 75 impianti produttivi, situati in oltre 25 nazioni. www.carlsberggroup.com. Carlsberg Italia invita tutti i suoi consumatori a bere responsabilmente e a visionare il sito www.beviresponsabile.it.

Fuse è la divisione di Omnicom Media Group dedicata alle attività di branded content e ai progetti speciali. Si occupa della gestione di tutte le attività straordinarie, dell'ideazione, progettazione e realizzazione di piani e attività di marketing e di comunicazione innovativi e unconventional, per portare i brand vicino alle passioni del target. Eventi, tour, road show, opening, mostre, experiential e street marketing, azioni strategiche e tattiche con l'obiettivo di dare visibilità al prodotto e alla marca in modo dinamico e impattante.

OMD Worldwide, www.omb.com, è una delle più grandi e innovative agenzie specializzate nel media marketing al mondo e conta tra i suoi clienti molte tra le aziende più famose e di successo a livello mondiale, con più di 140 uffici in 80 paesi e con due sedi in Italia a Milano e Roma. OMD è conosciuta per la sua portata globale, per una forte integrazione con il mondo digitale e per la sua creatività ed è stata premiata come l'agenzia media più creativa da The Gunn Report per sei anni consecutivi, un record senza precedenti. OMD è stata anche nominata agenzia dell'anno per il 2008, 2009 e 2011 da Adweek, agenzia dell'anno per il 2009 e il 2011 da Advertising Age ed è stata l'agenzia media più premiata a Cannes nel 2011. E' una sigla del gruppo Omnicom Media Group Inc, il gruppo leader mondiale nella comunicazione pubblicitaria, corporate e consulenza di marketing.