



ABSOLUT POLAKOM

KAMPANIA WIZERUNKOWA

KLIENT: PERNOD RICARD, **MARKA:** ABSOLUT

CEL: Stworzenie limitowanej edycji butelki ABSOLUT na rynek polski.

ROZWIĄZANIE:

Stanęliśmy przed pytaniem: Jakie przesłanie powinna nieść światu nowa odsłona butelki Absolut i co łączy wódkę Absolut z Polską i Polakami?

Dotychczasowe limitowane edycje Absolut hołdowały przede wszystkim miastom, my postawiliśmy na **CHARAKTER** – hart ducha, niepokorność, odwagę, umiowanie wolności i dążenie do niezależności na różnych polach – **INDEPENDENT SPIRIT**

W kraju, w którym bycie wolnym i niezależnym jest wartością najwyższą, postanowiliśmy oddać hołd polskiemu charakterowi. Chcieliśmy pokazać cechy, które czynią naród Polski wyjątkowym, dzięki którym Polacy są znani na całym świecie. O współczesną interpretację polskiego charakteru poprosiliśmy znanego polskiego artystę Swanskiego, którego twórczość odzwierciedla concept „wolność i niezależność”.

Swanski zgodnie z naszym briefem, stworzył projekt butelki oparty na ponadczasowym, ponadpokoleniowym i uniwersalnym geście palców ułożonych w literę „V”, który symbolizuje zwycięstwo, wolność i niezależność. Projekt podkreśla aktualność i ponadczasowość symbolu, stale obecnego w życiu codziennym Polaków, znak widoczny jest nie tylko na koncertach, stadionach i skateparkach, ale także w chwilach dobrej zabawy ze znajomymi. Swanski połączył elementy street artu ze stylem retro. Litera V wyłania się z charakterystycznego dla artysty florystycznego układu, co symbolizuje dynamicznie rozwijający się kraj i współczesny charakter Polaków.

PIERWSZY RAZ W HISTORII MARKA ABSOLUT ODDAŁA CZEŚĆ JEDNEMU NARODOWI - POLAKOM.

KOMUNIKACJA:

Limitowna edycja Absolut Polakom trafiła do sprzedaży w grudniu 2012 r. i została wsparta komunikacją w miejscu sprzedaży (on i off trade), kampanią w mediach społecznościowych (FB), reklamą w prasie z zamkniętą dystrybucją oraz w prasie handlowej.