



Advertising Sodastream, al via la nuova campagna

Fino al 13 febbraio il brand è on air anche su Facebook, Instagram e YouTube. Creatività interna e planning di Carat

Sodastream torna con una nuova campagna nazionale, con l'obiettivo di rinforzare ulteriormente il posizionamento del brand leader globale dell'acqua frizzante fatta in casa. Fino al 13 febbraio il marchio sarà on air per quattro settimane con il nuovo filmato. Sulle note di Think (Freedom) di Aretha Franklin, "Riempi, gasa, gusta" è l'invito del brand per dire addio al tra-



sporto di bottiglie e liberare il pianeta dalla plastica monouso. Lo spot di 15 secondi, ideato dal team creativo SodaStream e pianificato da Carat, è in onda su tutto il territorio na-

zionale sui canali Rai e Mediaset in posizioni di qualità con un 90% minimo di prime time. Oltre alla presenza televisiva la campagna è declinata in digitale per i profili Facebook, In-

stagram e Youtube del brand. "Secondo una nostra recente indagine realizzata in collaborazione con W-Mind gli italiani sono diventati più green, malgrado la pandemia abbia frenato i comportamenti più virtuosi. In questo nuovo scenario sono soprattutto i piccoli gesti che permettono di essere sostenibili senza sacrifici a giocare un ruolo fondamentale. Con il nostro nuovo commercial dal tono fresco e leggero, torniamo a raccontare le bollicine fai da te Sodastream, che rendono la vita domestica più semplice, divertente e sostenibile, trasformando l'acqua del rubinetto in una deliziosa acqua frizzante e contribuendo alla lotta contro la plastica monouso", ha commentato Petra Schrott, Marketing & Digital Director di SodaStream Italia.