

## Comunicazione a tutta birra

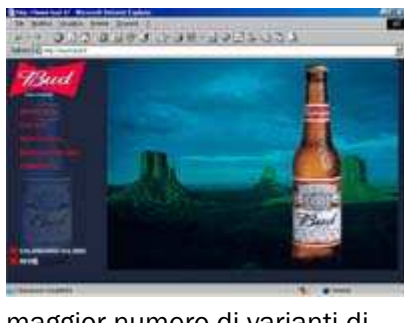
Scritto da Matteo Sarzana e Giuseppe Stigliano

L'ultima tappa del mondo Budweiser

Per Budweiser, la storica società produttrice di birra dal 1852 fondata da Anheuser&Busch a Saint Louis, è molto di più. Negli anni BUD ha creato un intero mondo ad immagine e somiglianza del suo prodotto.

I personaggi delle sue campagne, umani e non, vivono in questo mondo, parlano una loro lingua, si riconoscono attraverso il saluto "Whassup" e hanno un loro stile di vita improntato al divertimento.

La chiave d'ingresso nel mondo Budweiser è semplicemente l'"oggetto magico Bud", la bottiglia di birra. "Stappane una è sei già dei nostri" sembrano suggerirci tutti gli spot televisivi.



Ed ora Budweiser torna a stupire con la sua ultima campagna. Quello che balza subito agli occhi non è tanto l'esecuzione, perfettamente in linea con il tradizionale stile della comunicazione, ma il nuovo payoff: "**Beer or Bud**". Budweiser sembra voler affermare che, dato il crescente affollamento comunicativo e il sempre maggior numero di varianti di prodotto esistenti sul mercato, non è

più sufficiente chiedere una birra, bisogna chiedere **La birra**.

Lo spot, uscito in Italia il 14 aprile nei formati da 30" e 15", sembra essere un remake di una campagna statunitense del 1982. Vent'anni fa Budweiser affrontò questo tema con un'esecuzione creativa molto simile a quella odierna. All'epoca si trattava di scardinare il monopolio delle birre light detenuto da Miller (e ci riuscirono con grande successo), oggi l'obiettivo è sottolineare il loro positioning e la loro leadership nel mercato mondiale.

Nell'ultimo spot, un barista di un tipico locale americano riserva un trattamento a dir poco scortese a chiunque chieda semplicemente una birra. Salvo poi riservare un trattamento da VIP a chi richiede espressamente una BUD. Il tutto è sottolineato da uno splendido gioco di musiche: si passa dal rockeggiante sottofondo del locale a Vivaldi allorché è nominata la mitica birra. Il tone of voice è il solito, allegro, facile e immediato, in perfetto stile Budweiser.

L'anteprima del nuovo commercial, il restyling del sito, la sponsorizzazione per la quinta edizione consecutiva dei mondiali di calcio e la nuova partnership con GQ (di cui Budweiser ha sponsorizzato il calendario delle Veline), sono stati i temi "caldi" della conferenza stampa tenutasi l'11 aprile presso l'hotel Four Season di Milano nella splendida cornice di Via Montenapoleone.

Dal 14 aprile avrete anche voi modo di "ubriacarvi" con l'ultima trovata del mondo Bud attraverso lo spot e il commercial radiofonico nonché le numerose iniziative che partiranno nei prossimi mesi nelle varie città italiane.

E allora...a tutta BUD!

**Matteo Sarzana e Giuseppe Stigliano** frequentano la facoltà di Relazioni Pubbliche e pubblicità presso l'Università IULM di Milano. Il loro lavoro di tesi di laurea verterà sull'analisi del mondo Bud.

*Si ringrazia il dott. Marco Laviola, brand manager per l'Italia della A&B e il dott. Patrick Trancu, titolare dell'IT&A, organizzatrice dell'evento, per aver fornito in anteprima il filmato dell'ultimo commercial.*