**Comunicado de Imprensa**

Ator dinamarquês Mads Mikkelsen volta a protagonizar o filme publicitário da marca

“Conseguimos fazer melhor? Provavelmente” é a mensagem da nova campanha da Carlsberg

Reflexo da sua herança dinamarquesa, Carlsberg acredita que existe sempre espaço para melhorar, com uma visão otimista. Assim, com a interiorização desta ideia de melhoria contínua, a marca de cerveja lança uma nova campanha digital onde mostra que pequenos detalhes de aperfeiçoamento podem, provavelmente, fazer uma grande diferença. O filme já está disponível em <https://youtu.be/cjmfRG4QSaw> e volta a ter o ator dinamarquês Mads Mikkelsen como protagonista.

A nova campanha é uma viagem a várias descobertas e inovações criadas na Dinamarca, com envolvimento da marca, que mostram a arte de “fazer melhor”. Nos anos 80, surgiram as icónicas bicicletas de carga Chrisitiania. Em 1850, um *twist* inovador na pastelaria local deu origem aos famosos Danish Pastry e, em 1847, foi desenvolvida a cerveja Pilsner mais equilibrada do mundo, a Carlsberg. Todos estes momentos são retratados no filme que está a ser veiculado globalmente nas redes sociais de Carlsberg.

Esta campanha que aproxima a marca da sua herança dinamarquesa surge no seguimento do seu recente *rebranding*. Com a nova imagem, Carlsberg torna-se ainda mais verde, na cor e em reforço do seu posicionamento sustentável. Nas garrafas da marca são agora utilizadas tintas certificadas, mais ecológicas, que garantem à marca uma pegada ambiental menor.

Em Portugal, a Carlsberg foi lançada em 1972 e integra o portefólio do Super Bock Group, posicionando-se no segmento das marcas de cerveja *premium*.

Mais informação em: <https://www.carlsberg.com/pt-pt/heranca-dinamarquesa>

Lisboa, 05 de março de 2021

Informações adicionais: INÊS RODRIGUES :: ISABEL CARRIÇO



Tel. 218 508 110 :: Tlm. 935 880 024 :: 965 232 496

INESRODRIGUES@LPMCOM.PT:: ISABELCARRICO@LPMCOM.PT

Ed. Lisboa Oriente, Av. Infante D. Henrique, 333 H, esc.49, 1800-282 Lisboa

