

ZACAPA STARTET DIE ALLERERSTE GLOBALE KREATIVEKAMPAGNE „LIPS TO SOUL“, DURCH DIE DIE WELT DER DUNKLEN GEISTER IN EINE WELT DER LEBENDIGEN WUNDER VERWANDELT WIRD

Kampagne weckt die Sinne und schafft eine tiefe Verbindung zum Verbraucher

NEW YORK -- In der grünen, üppigen Landschaft Guatemalas, der Heimat von Zacapa, lebt unser magisches „Haus über den Wolken“, Zapacas Reifungsanlage, die sich in den Bergen 7.500 Fuß über dem Meeresspiegel befindet. Es ist ein Ort, an dem eine Vielzahl von Fässern unter der sorgfältigen Aufsicht von Lorena Vásquez reift, eine der wenigen weiblichen Master Blenderinnen in der Welt der Spirituosen. Wenn Lorena feststellt, dass der Rum perfekt gereift ist, werden die handverlesenen Fässer sorgfältig gemischt, bevor sie nach Mixco reisen, um in die für Zacapa typische geschwungene Flasche abgefüllt zu werden, die von einer Gemeinschaft von über 700 Frauen mit handgewebten Bändern aus Petate umwickelt wird.

Der erste Schluck Zacapa hinterlässt einen bleibenden Eindruck - er nimmt Sie mit auf eine Reise vom ersten Geschmack unserer köstlichen Flüssigkeit bis hin zu dem Gefühl, das Sie erleben, wenn Sie die Geschichten und Zwischentöne entdecken, die diese atemberaubende Schönheit vermitteln. Dieses Gefühl des Entdeckens und Erhebens hat Zacapa zu seiner allerersten globalen Kreativkampagne, „Lips to Soul“, inspiriert, die die Verbraucher einlädt, eine Welt der Wärme und des Staunens zu entdecken. Eine Welt, die die Sinne anregt und Sie dazu bringt, sich in das preisgekrönte, einzigartige Flüssigkeits-Erlebnis von Zacapa zu verlieben.

Die zweisprachige Zacapa-Kampagne „Lips to Soul“ ist anregend und lebendig und soll die Sehnsucht der Verbraucher nach Tiefe in der Welt des Luxus erfüllen. Rhythmische Poesie zieht die Verbraucher in den hochsensorischen Film, der von der üppigen, verträumten Landschaft Guatemalas inspiriert ist. Der Film fängt die Art und Weise ein, wie Zacapa über den Wolken gealtert ist, und zeigt die Hände unserer Weber bei der Arbeit, was zeigt, wie wichtig die Gemeinschaft für den Kern von Zacapa ist. Die Kampagne spiegelt die Magie und die Geschichte von Zapacas Markenwurzeln wider, indem sie eine energiegeladene Erzählung verwebt, die eine tiefe Verbundenheit schafft und ein Gefühl der Ehrfurcht und des Staunens durch Entdeckungen hervorruft.

„Wir sind begeistert, diese neue globale Kampagne zu präsentieren - es ist ein großer Moment für unsere Marke, in einer Zeit, in der Ultra-Premium- und Luxus-Rum praktisch das gesamte Wachstum innerhalb der Kategorie¹ antreibt“, sagt Christina Choi, SVP Diageo. „Wir wollten die Sehnsucht der Verbraucher nach Tiefe ansprechen und die unmittelbare sensorische Verbindung zum Leben erwecken, die die Menschen spüren, wenn sie Zacapa probieren. Wir glauben, dass es kein schöneres Gefühl gibt, als von Erlebnissen überrascht zu werden, die unsere Vorstellungskraft anregen und ein Gefühl des Staunens in uns wecken - und das ist es, was wir mit ‚Lips to Soul‘ erreichen wollten.“

Niamh Burns, globaler Leiter von Zacapa bei Diageo, fügt hinzu: „Unsere Wahl der Farbabstufungen, der Einsatz von Licht und die poetische Sensibilität in den kreativen Konzepten sollen den Betrachter auf eine sensorische Reise mitnehmen. Wir definieren die Welt der dunklen Spirituosen neu und führen die Marke in ein kühnes, modernes Umfeld. Unsere Mission geht über die Präsentation unserer Rumsorten hinaus und bietet ein umfassendes Erlebnis, das unser vielfältiges Publikum auf der ganzen Welt anspricht.“

Die Kampagne „Lips to Soul“ wurde in Zusammenarbeit mit der New Yorker Luxus-Kreativagentur forceMAJEURE entwickelt, unterstützt von The Whale Productions und unter der Regie der preisgekrönten Filmemacherin Caroline Koning. Die Kampagne wird in Märkten auf der ganzen Welt eingeführt und ist damit die größte global geführte Kampagne in der Geschichte von Zacapa. Die Kampagne wird durch einen robusten Marketing-Mix aus auffälligen digitalen OOH-Maßnahmen, TV in

ausgewählten Märkten, bezahlten sozialen Medien (vor allem Facebook und Instagram), PR und Events unterstützt.

Zacapa erinnert die Verbraucher ab 21 Jahren daran, verantwortungsvoll zu trinken. Weitere Informationen über Zacapa Rum finden Sie unter www.zacaparum.com. Bleiben Sie auf dem Laufenden über „Lips To Soul“, indem Sie der Marke auf Facebook und Instagram @zacaparumusa folgen.

Zacapa, für immer Ihr.

INFORMATIONEN ZU ZACAPA RUM

Der in Guatemala hergestellte Zacapa Rum ist ein Kunstwerk und ein Ausdruck von Geduld, Reichtum, Qualität und meisterhaftem Blending. Die Master Blenderin von Zacapa, Lorena Vásquez, ist mit über 39 Jahren Erfahrung eine der wenigen weiblichen Führungskräfte in einer traditionell von Männern dominierten Branche. Zacapa No. 23, Zacapa Edición Negra und Zacapa XO sind in Spirituosen-geschäften, Bars und Restaurants auf der ganzen Welt erhältlich. Weitere Informationen finden Sie unter www.zacaparum.com.

INFORMATIONEN ZU DIAGEO NA

Diageo ist ein weltweit führendes Unternehmen im Bereich der alkoholischen Getränke mit einer herausragenden Sammlung von Marken wie Johnnie Walker, Crown Royal, Bulleit und Buchanan's Whiskys, Smirnoff, Cîroc und Ketel One Wodkas, Casamigos, DeLeon und Don Julio Tequilas, Captain Morgan, Baileys, Tanqueray und Guinness.

Diageo ist sowohl an der New York Stock Exchange (NYSE: DEO) als auch an der London Stock Exchange (LSE: DGE) gelistet, und seine Produkte werden in mehr als 180 Ländern der Welt verkauft.

Weitere Informationen über Diageo, seine Mitarbeiter, seine Marken und seine Leistung finden Sie unter www.diageo.com. Besuchen Sie Diageos globale Ressource für verantwortungsvolles Trinken, www.DRINKiQ.com, für Informationen, Initiativen und Möglichkeiten zum Teilen von besten Praktiken. Folgen Sie uns auf Twitter und Instagram für Neuigkeiten und Informationen über Diageo Nordamerika: @Diageo_NA

¹ Ultra-premium Rum +17%, Luxury Rum +17.8%, 3-Jahres-CAGR (durchschnittliche jährliche Wachstumsrate) | RSV % Zuwachs [Zeitraum: Juli 2019-Juni 2020 bis Juli 2022-Juni 2023] (Combined Nielsen/NABCA)

KONTAKT: Phil Pearson, Phillip.pearson@diageo.com, or BPCM, Zacapa@bpcm.com