

DARWIN & VERNE

NOTA DE PRENSA

“La sobremesa nos desacelera”, la nueva campaña de Ruavieja que nos invita a olvidarnos del tiempo



- La nueva campaña de Ruavieja pone en valor a la sobremesa como espacio compartido que nos invita a desacelerarnos y olvidarnos del tiempo.
- La agencia creativa Darwin & Verne firma esta campaña como agencia digital de la marca.

Ver campaña en YouTube: <https://youtu.be/XYrKAKLoiPw>

En este enlace podrás descargar el vídeo de la campaña:

<https://darwinverne.fromsmash.com/tmu-4jZc66-ct>

Y en este otro, los frames:

<https://darwinverne.fromsmash.com/W5fHoEChv3-ct>

Madrid, 1 de junio de 2023.

Ruavieja, la marca gallega líder en la elaboración de licores, sigue consolidándose como una marca comprometida con los valores humanos, la calidad, la autenticidad y la importancia de los momentos compartidos con aquellos a los que más queremos.

“La Sobremesa nos desacelera” nos recuerda la importancia que tiene frenar en un mundo que cada vez nos lleva hacia un ritmo más acelerado y caótico. La sobremesa, sigue siendo para Ruavieja ese espacio que nos invita a desconectar y a compartir intimidad, ya que no hay nada más terapéutico que disfrutar pequeños momentos de desconexión con nuestros seres queridos.

La sobremesa nos desacelera.

La generación 'faster', una etiqueta representativa de la sociedad actual, es aquella que siente que vive bajo una continua avalancha de información que consume a través de todo tipo de plataformas de Speedwatching (visionado rápido). Estamos sobre-estimulados, no queremos perdernos nada y

eso va en detrimento de la calidad del tiempo que compartimos con otros e incluso con nosotros mismos.

Darwin & Verne es la agencia encargada de firmar 'La sobremesa nos desacelera', su primera campaña como agencia digital de la marca. Una campaña con la que Ruavieja busca recordar a las personas la importancia de dedicar tiempo a conversar, reír y crear lazos emocionales duraderos y de calidad.

"Tac, tic" es la pieza de vídeo de un minuto, producida por la productora BeSweet bajo la dirección de Guillermo Madurga, que captura la esencia acelerada de la vida moderna y nos ofrece las sobremesas como espacio compartido para frenar y enriquecer nuestras experiencias. *"Después de mucho pensar nos dimos cuenta de que la solución a una sociedad acelerada es muy compleja pero que Ruavieja jugaba un papel crucial creando largos momentos de desaceleramiento en la sobremesa. Todos y todas tenemos en la boca ese "no me da la vida" y cuando salimos de una larga sobremesa con amigos o familiares siempre nos sentimos mejor. Eso se debe, entre otras cosas, a que la vida coge el tempo que tiene que tener"*, comentan Pablo Mendoza y Juan Vargas, directores creativos de la campaña.

La pieza muestra una variedad de situaciones en las que se retrata a la generación faster y el mundo acelerado en el que vivimos: el multitasking, el consumo de información a base de titulares, el fomo, la aceleración del contenido multimedia o la industria del fast-love, entre otras. Un mundo en el que las sobremesas se convierten en el escenario perfecto para que las personas se desaceleren y disfruten del momento presente.

Además del vídeo de lanzamiento, la campaña de Ruavieja se extiende a las redes sociales generando conversación sobre ¿qué es ganar o perder tiempo en una vida acelerada? La marca espera que esta iniciativa inspire a las personas a dedicar más tiempo a estos momentos de desconexión y a valorar la importancia de los vínculos emocionales en nuestras vidas.

"En Ruavieja, creemos que las sobremesas son una parte esencial de nuestra cultura y una oportunidad para apreciar las cosas simples pero significativas de la vida", comenta Elma García, Senior Brand Manager de Ruavieja. "A través de nuestra nueva campaña, queremos fomentar una mentalidad más tranquila y consciente, recordando a las personas que el tiempo compartido con seres queridos es invaluable".

FICHA TÉCNICA

Client: Pernod Ricard

Brand: Ruavieja

Client Team: María Prados, Elma García, Pía Amuchástegui, Javi de la Vara

Agency: Darwin & Verne

Creative President: Carlos Sanz de Andino

General Director: Alberto Martínez

Creative Directors: Pablo Mendoza y Juan Vargas

Account Director: Ana Hidalgo

Account Manager: Nora Ormaetxea

Agency Producer: Paula Hinojosa

Content Director: Bel Rodríguez

Content Team: Cristina Sanchón

Strategist: Helena Álvarez & Alba Mulero

Production Company: BeSweet

Director: Guillermo Madurga

Executive Producer: Juan San Román

Producer: Celia Esteban

DOP: Octavio Arias

Music: José Battaglio

Color: Xavi Santolaya