



Desperados lance une campagne «In Real Life»

En s'affranchissant des diktats de la publicité d'alcool en France, à savoir les visuels retouchés, parfaits, la marque d'alcool Desperados (Groupe Heineken) lance une campagne imaginée par Dufresne Corrigan Scarlett comme une campagne de «brand content» avec une multiplication de visuels qui témoignent d'une rencontre avec son public. En presse, la marque prévoit plus de 180 parutions sur 48 supports. En affichage, 5 vagues d'avril à septembre de 50.000 faces sur 30 agglomérations (4x3, Atribus, Flancs de bus...).

