



Heineken® mostra quanto tempo dura uma cerveja fresca de norte a sul do país – e ainda leva consumidores a Amesterdão



A nova campanha de credenciais da Heineken® reforça a qualidade da marca através de várias ativações inovadoras. Entre elas, o “Cool Timers” – mais de 500 mupis digitais que indicam em tempo real a duração da frescura ideal de uma Heineken® – e uma promoção nacional com mais de 3.000 prêmios, incluindo viagens à Heineken Experience, em Amesterdão.

Nos dias mais quentes de verão, exatamente quando mais apetece uma cerveja fresca, é também quando ela dura menos tempo no ponto ideal. Foi a partir desta constatação simples que nasceu uma das ativações da nova campanha que destaca as credenciais de qualidade da cerveja Heineken®: os “Cool Timers” – ou “Temporizadores de Frescura” –, uma solução tecnológica que mostra em tempo real quanto tempo dura uma cerveja Heineken® na sua temperatura ideal para consumo num local específico. O objetivo? Ajudar cada pessoa a saborear o melhor de uma cerveja de qualidade premium, no momento certo.

Disponíveis até 5 de agosto, os Cool Timers já estão visíveis em mais de 500 mupis digitais espalhados por todo o país – em ruas, centros comerciais e estações de metro –, indicando de forma geolocalizada a



duração da temperatura ideal de uma cerveja Heineken®, com base na temperatura do local onde o consumidor se encontra.

Se estiverem 32.ºC, por exemplo, uma cerveja Heineken® pode manter-se na temperatura ideal para consumo, de acordo com os Mestres Cervejeiros Heineken®, durante cerca de 10 minutos, sendo que o tempo a que a cerveja se encontra à temperatura ideal varia ainda consoante o formato em que é consumida, garrafa ou copo. Já a uma temperatura de 26.ºC, a mesma cerveja mantém-se com a frescura ideal durante 12 minutos. O sistema baseia-se num algoritmo que cruza a temperatura ambiente com o índice de perda térmica da cerveja, oferecendo ao consumidor uma leitura simples e visual sobre o tempo exato em que pode saborear uma Heineken® na sua melhor versão.

Esta ação inovadora integra a nova campanha de credenciais da qualidade dos ingredientes e da expertise cervejeira que fazem a diferenciação da Heineken® como uma cerveja “puro malte”. A marca dá protagonismo à sensação de "primeiro gole" que se obtém com o sabor perfeitamente equilibrado de Heineken®, transformando o momento de consumo numa experiência emocional, associado a bons momentos.

Para celebrar ainda mais estes bons momentos com familiares e amigos, a campanha estende-se a uma promoção nacional com mais de 3.000 prémios disponíveis até ao dia 6 de setembro. A participação é simples: basta submeter uma fotografia com uma Heineken® num bar ou o talão de compra do supermercado [no site da promoção](#) . Os vencedores ganham automaticamente um dos prémios disponíveis, que incluem: jantares premium para duas pessoas, bilhetes para festivais, máquinas de cerveja Krups Beertender, cartões de oferta FNAC (no valor de 10€), vouchers de streaming (no valor de 25€) ou mensalidades premium de música.

Paralelamente, os consumidores podem ainda participar com uma frase criativa sobre momentos de convívio com Heineken®. As melhores respostas valem uma viagem dupla a Amesterdão durante duas noites, com estadia e entrada na Heineken Experience incluídas.

A nova campanha de credenciais já está no ar em televisão, digital, mupis e pontos de venda, refletindo a ambição da Heineken® em liderar pela inovação e qualidade – sempre com a premissa de proporcionar experiências enriquecedoras aos consumidores e de criar uma ligação emocional genuína.

Para mais informações por favor contactar:

M Public Relations

Hugo Alegre | 913 873 203 | halegre@mpublicrelations.pt

Sílvia Abreu | 912 329 570 | sabreu@mpublicrelations.pt

Sobre Heineken®:



Em 1873, um jovem empresário chamado Gerard Heineken descobriu a paixão pelo fabrico de cerveja. Comprou então um terreno na região que é hoje o centro de Amesterdão, construiu uma cervejeira e dedicou-se a aperfeiçoar a receita que em breve se tornaria a primeira cerveja lager "premium" da Holanda. A notícia rapidamente se espalhou, e o nome Heineken®, estampado em cada garrafa, tornou-se um símbolo nacional de qualidade. No coração do sucesso da Heineken® estão ingredientes puros e naturais: malte de cevada, água, lúpulo e um pequeno, mas significativo elemento, chamado levedura A. A levedura A, exclusiva da Heineken®, é responsável pelo sabor rico e equilibrado, bem como pelas subtis notas frutadas que têm distinguido cada Heineken® desde o século XIX. Heineken® é a marca de cerveja premium mais internacional do mundo, vendida em mais de 170 países.