



Informação à imprensa
11 de setembro 2023

Este é um convite para conhecer e apreciar algo inesperado que é novo desde 1899

CASTELLO® renova-se e surpreende com nova campanha “Não é Água, é CASTELLO.”

- **Identidade visual mantém o espírito moderno da marca, reforça o ecletismo dos momentos de consumo e representa uma nova abordagem ao consumidor;**
- **Campanha multimeios em outdoor, plataformas digitais, cinema, Spotify é assinada pela Publicis.**

CASTELLO® está de volta com uma nova visão e comunicação, pronta para surpreender os consumidores de forma inesperada. Privilegiando a sua forte riqueza histórica e destacando a sua personalidade diferenciadora, a marca apresenta uma identidade visual renovada e uma nova campanha multimeios. 2023 marca assim o regresso de uma das primeiras águas minerais naturais gaseificadas portuguesas, reconhecida como um exemplo de pioneirismo e de quebrar paradigmas e conceitos, mas mantendo a sua essência intacta.

Sob o mote “Não é Água, é CASTELLO®”, a mais recente campanha de marca é um convite para apreciar uma água gaseificada premium que, até na origem, é inesperada e única: tem como local de nascimento o Baixo-Alentejo, mais precisamente Moura, a apenas 50 quilómetros do ponto mais quente de Portugal. Desde 1899 que esta marca icónica marca a diferença na categoria das águas com gás e mantém a tradição de oferecer uma água que se distingue pela sua bolha inimitável e pela versatilidade ímpar, podendo ser bebida de forma original, simples, com fruta ou em mix com outras bebidas.

A campanha utiliza elementos sonoros que despertam os sentidos e nos guiam para um mundo de sensações, desde o som da garrafa a abrir, o crepitar do gelo e o efervescente borbulhar das bolhas. Com esta abordagem em todos os *touchpoints*, CASTELLO® proporciona aos consumidores uma experiência sensorial desafiando-os a apreciar algo único. Nesta campanha os olhos e os ouvidos também bebem.



Nova identidade visual da marca

A evolução dos elementos gráficos presentes nos diferentes suportes de comunicação, em tons de preto e vermelho, mantém-se fiel ao espírito da marca, moderno, dinâmico e cosmopolita, enquanto a versatilidade para consumo em diversos momentos revela que CASTELLO® é perfeita em qualquer ocasião, incluindo momentos sociais e de convívio, desde a rotina do dia a dia até às alturas mais inesperadas.

A marca pretende contribuir para mudar as perceções e criar hábitos de consumo CASTELLO®, especialmente fora de casa, 'a solo' ou em conjugação com outras bebidas, tal como já nos habituámos a associá-la. CASTELLO® é mais do que uma água e oferece momentos de verdadeiro prazer.

Recorde-se que a Central de Cervejas adquiriu a concessão e a marca de água Castello em 2019, sendo a primeira vez, desde há muitos anos, que esta, que há muito uma referência na categoria de águas com gás, é o centro de uma forte campanha de comunicação.

“O espírito diferenciador e empreendedor foi o que trouxe CASTELLO® do Alentejo, onde nasce, para o resto do país e além-fronteiras. Atualmente, a água gaseificada está associada a momentos de consumo específicos, como por exemplo, após as refeições. Queremos mudar essa perceção, porque existe uma diversidade de ocasiões de consumo para esta bebida. Com a nova campanha, o nosso objetivo é mostrar que a marca, visionária desde sempre e com mente aberta, evoluiu. Queremos que os consumidores saiam da sua bolha, explorem o caráter único desta água e se deixem surpreender pelos novos momentos com CASTELLO® que combina com tudo na perfeição”, sublinha Martim Manoel, Gestor de Marketing de Portfólio e Inovação da Central de Cervejas e Bebidas.

A campanha, assinada pela agência Publicis, será gradualmente apresentada em várias plataformas, incluindo outdoors, plataformas digitais, cinema e Spotify, uma abordagem multicanal que permitirá alcançar um público diversificado.

Para mais informações, por favor, contactar:

Mariana Azevedo e Silva | 913 114 951 | ms@cunhavaz.com

Henrique Sousa Lino | 964 714 276 | hsl@cunhavaz.com