

Ballantine's lance sa nouvelle campagne, à l'équilibre entre tradition et modernité

Novembre 2024 - Ballantine's dévoile avec créativité et singularité sa nouvelle campagne média qui met à l'honneur le savoir-faire historique de la marque où l'équilibre et l'ancrage sont les maîtres mots.

Loin des décors de distillerie habituels, c'est dans un univers beaucoup plus urbain que l'on retrouve Ballantine's Finest, un whisky équilibré, aussi bien sur le plan visuel que sensoriel. Grâce à son goût inchangé depuis 1910, Ballantine's incarne cet équilibre entre tradition et modernité.

La marque nous donne rendez-vous dans trois lieux parisiens, aux trois ambiances différentes, avec trois bartenders : Rachid au Musa Paris, Prince à l'hôtel des Grands Boulevards et Sandra au Musa Belleville.

« Ballantine's est une marque authentique et intemporelle qui casse les codes de la catégorie des whiskies grâce à cette nouvelle campagne résolument plus moderne. Ce nouveau positionnement est un vrai tournant pour la marque qui cumule près de 200 ans d'histoire et de savoir-faire. » indique Martial Reynaud, Brand Director chez Pernod Ricard France.

Dès le 25 novembre 2024, le trio de bartenders sera mis en avant au format digital sur les réseaux sociaux, suivi par une campagne d'affichage nationale à partir du 18 décembre. Signée BETC, cette campagne marque le début d'une nouvelle ère pour Ballantine's qui compte bien conserver sa première place dans le classement des whiskies premiums. (1)

« Il y a des marques qui suivent aveuglément les tendances, ou se laissent influencer par les dernières modes ; et il y a celles qui restent droites dans leurs bottes, fidèles à leurs héritages et à ce qui a fait leurs succès. Ballantine's est de celles-ci. Une marque qui a su rester vraie, un whisky authentique que l'on célèbre ici avec cette bouteille déterminée à rester droite, même lorsque le monde bouge autour d'elle. » partage Mehdi Benali, Managing Director chez BETC.

FIN

Contact : Camille Dor, Responsable Engagement Externe, Pernod Ricard France camille.dor@pernod-ricard.com



(1) 1ère marque en PDM volume et valeur dans la catégorie des whiskies premium (compris entre +20.5€/L et -32€/L). Source Nielsen CAM P11 2024.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTE, A CONSOMMER AVEC MODERATION