



Foster's Hollywood reivindica su autenticidad

- Creada por McCann, la nueva agencia creativa de la marca, Foster's Hollywood lanza una potente estrategia de reposicionamiento 360 con diferentes fases a lo largo del año y desarrollos en TV, cine, OOH y redes sociales, entre otros canales.
- Arena ha diseñado una estrategia de puntos de contacto en la que el contenido audiovisual tiene vital importancia en la amplificación de la nueva imagen de marca.



Madrid, 8 de junio de 2022. - [Foster's Hollywood](#), la marca de restaurantes líder en comida americana en nuestro país, lanza una potente estrategia de reposicionamiento 360 en la que pone en valor la autenticidad de su propuesta frente a modas pasajeras y "postureos".

De la mano de McCann, su nueva agencia creativa, y en un tono de humor muy propio, Foster's Hollywood pone el foco con su nueva campaña en el valor de sus raíces y el orgullo de un trabajo que llevan haciendo con éxito, sencillez y excelencia más de 50 años.

En un mercado tan competitivo como el de las hamburguesas y las costillas, Foster's Hollywood tenía un reto muy claro: revigorizar su imagen e incrementar su engagement, especialmente con el target joven.

"Nacen nuevos conceptos de restauración casi todos los meses, cada cual buscando ser más cool y a la última que el anterior. En este contexto, nosotros tenemos claro que, para enganchar a nuestro target, y en especial a los más jóvenes, no tenemos que perder nuestra esencia. No vamos a hacernos los modernos. Llevamos más de 50 años cocinando con orgullo las mejores burgers y costillas, las auténticas, y nos queda carbón para rato. Por eso, cuando McCann nos propuso la campaña y el claim "Auténticos desde 1971" lo vimos claro. Eso es Foster's Hollywood", comenta Alexis Chauvin, Director de Marketing de Foster's Hollywood.

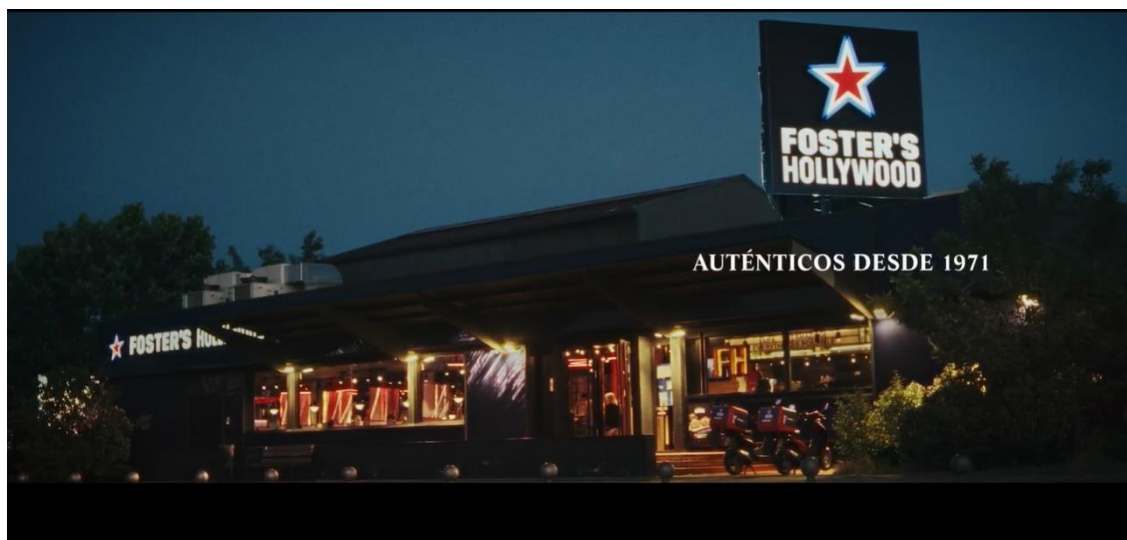
"En esta era de visionarios del metaverso, overbooking de microinfluencers y de hamburgueserías que se quieren hacer las "cancheras" con nombres de hamburguesas ingeniosos—un poco como cuando tu papá se pone la gorra para atrás—es fácil dejarse llevar por la corriente. Pero si hay algo que no ha hecho Foster's Hollywood en los últimos 50 años es seguir por que sí las modas. Lo que sí hacen son las mejores costillas y hamburguesas al carbón que te puedes comer a día de hoy en España. Con esta campaña hemos mirado al núcleo de la marca y de lo que lleva haciendo desde su fundación y le hemos rendido homenaje. Lo hemos hecho con bastante humor e ironía y riéndonos de nosotros mismos, básicamente porque la capacidad de reírse de uno mismo es el mejor indicador de la inteligencia de una marca -o de un ser humano", añadía Emiliano González De Pietri, Chief Creative Officer de McCann.

Arena es la agencia de medios que, junto a McCann, ha planificado la estrategia 360 para el reposicionamiento de la marca, que contará con diferentes fases a lo largo del año. Arena ha diseñado una estrategia de puntos de contacto en la que el contenido audiovisual tiene vital importancia en la amplificación de la nueva imagen de marca a través de TV lineal, OOH, Plataformas OTT's, VOD, redes sociales, display, cine y canales propios.

[LEE AQUÍ EL MANIFIESTO DE FOSTER'S HOLLYWOOD](#)

FICHA TÉCNICA SPOT TV: "AUTÉNTICOS DESDE 1971"

PIEZAS: Hashtag 20" y 10" ([AQUÍ](#)), Ingredientes 20" y 10" ([AQUÍ](#)), Spoiler 20" ([AQUÍ](#)), Trap 10" ([AQUÍ](#)), Flow 10" ([AQUÍ](#)) y Filtros 10" ([AQUÍ](#)).



AGENCIA CREATIVA:	McCann
ANUNCIANTE:	ALSEA
PRODUCTO:	Foster's Hollywood
CONTACTO DEL CLIENTE:	Alexis Chauvin / Elena Campo / Victoria Montoro
CHIEF CREATIVE OFFICER:	Emiliano González De Petri
DIRECTOR CREATIVO DE GRUPO:	Álvaro López
EQUIPO CREATIVO:	Borja Diego y Pablo Cañero
PROJECT MANAGEMENT:	Santiago Martínez
EQUIPO DE CUENTAS:	Eduardo Pajuelo y Alejandra Alvear
PRODUCCIÓN:	
DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTEGRADA:	Paloma Adrien
PRODUCTOR EJECUTIVO CONTROLLER:	Juan Torres
PRODUCER AUDIOVISUAL:	Sonia Cremerius y Lucía Pelaez
PRODUCTORA:	Zissou
REALIZADOR:	Mauri D. Galiano
DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA:	Jorge Roig
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Rosina Belda y Iván Franco Hidalgo
PRODUCER:	Elena Vergel
POSTPRODUCCIÓN IMAGEN:	CRAFT
POSTPRODUCCIÓN SONIDO:	CRAFT
DIRECTORA DE POST PRODUCCIÓN:	Vanessa Pizarro
COORDINADOR DE POST PRODUCCIÓN:	Eduardo Uriarte y Paula García
MÚSICA:	Universal
PRODUCCIÓN PRINT:	
FOTOGRAFO:	Alfonso Acedo
PRODUCCIÓN:	María Pastor, Lara Gutiérrez, Maite Martos
AGENCIA DE MEDIOS:	Arena Media
BUSINESS MANAGING PARTNER:	Mireia Álvarez
ACCOUNT DIRECTOR:	Gema González
MEDIA DEVELOPMENT EXPERT:	María Revilla
MEDIA DEVELOPMENT EXPERT:	Gloria Garcés
MEDIA DEVELOPMENT EXPERT:	Beatriz Muñoz
CHANNEL EXPERTISE CONSULTANT:	Reyes Villanueva
CHANNEL EXPERTISE CONSULTANT:	Víctor Izquierdo
CHANNEL EXPERTISE SPECIALIST:	Marta Redondo
HEAD OF STRATEGY:	Íñigo de Luis
STRATEGY MANAGER:	Esla de Murga