

BAP&Conde crea la nueva campaña de Vivesoy, protagonizada por Mónica y Olivia Molina

Vivesoy (Grupo Leche Pascual), la bebida de soja consumida en más hogares españoles, presenta nuevo sabor y nueva imagen con una campaña 360º protagonizada por Mónica y Olivia Molina: una experiencia para los sentidos con la soja como protagonista

Vivesoy estrena nueva imagen, sabor y campaña de la mano de BAP&Conde. La nueva campaña de la marca de alimentos de soja la protagonizan Mónica y Olivia Molina, que con su primera experiencia publicitaria, se convierten en la nueva imagen de la marca: su frescura, su naturalidad y su estilo de vida sana las convierten en figuras ideales para transmitir los valores de los nuevos alimentos de soja Vivesoy.

El nuevo slogan, “*Lo que vives hoy, lo disfrutarás mañana*” resalta el carácter saludable de todos los productos Vivesoy, que ya no sólo se consume por el público femenino, sino también en familia y en pareja, introduciendo la marca en la vida cotidiana como una bebida sana, nutritiva y ahora con mejor sabor.

En la nueva campaña, titulada “Generaciones”, las mujeres Molina presentan diferentes situaciones, formas y modos de consumir Vivesoy: por su carácter saludable, por su sabor, o simplemente porque les ayuda a sentirse bien. Mostrando que, por muy diferente que sea su forma de entender la vida, dos generaciones distintas coinciden a la hora de cuidarse y disfrutar.

La campaña se estrena en medios el próximo 27 de Junio, y estará en emisión hasta Octubre: los *mass media* (TV, radio, prensa y exterior) se combinarán con una cuidada estrategia en medios no convencionales que contempla acciones especiales para Internet, RR.PP., eventos y co-branding con otras firmas de ámbito nacional.

Para reforzar la comunicación de los productos principales, se han creado piezas específicas para otras divisiones del porfolio, como el spot de 10” de Vivesoy Ligera en el que es Olivia Molina, acompañada de un perfil masculino, la que prescribe un sabor más suave y con menos calorías con gran aceptación también entre los hombres.