

El fútbol, motor de los encuentros en la nueva campaña de Mahou Cinco Estrellas

En la vida, como en el fútbol, más allá de ganar o perder, lo importante es encontrarse. Mahou Cinco Estrellas presenta su nuevo spot con esta premisa como protagonista. La nueva campaña muestra diversos encuentros cotidianos que se producen alrededor del deporte rey, para poner de manifiesto el propósito de la marca que los encuentros de calidad entre las personas son esenciales para vivir mejor.

La campaña muestra distintas historias que reflejan conexiones reales. Así, la película narra tramas como la del actor **Maxi Iglesias** y sus amigos de toda la vida, que se juntan en un bar para ver un partido; o a **Morat**, probando acordes y ensayando el tema que pone banda sonora al spot en una tienda de guitarras. La pieza también revela historias verdaderas de gente anónima disfrutando de encuentros alrededor del fútbol: amigas que después de una jornada descubriendo lugares nuevos, finalizan el día en la plaza del pueblo viendo un partido; o un padre y una hija que ven el encuentro juntos tras un día de pesca.

La campaña se lanzó ayer de una forma pionera en nuestro país: en una pieza realizada en tiempo real, para ser retransmitida en directo en diferentes canales de televisión y digitales. De esta forma, la marca va un paso más allá, aportándole la máxima autenticidad y frescura a este lanzamiento.

"Sé que unas se ganan y que otras se pierden, pero no me importa si te tengo a ti. ¿Qué pasa si brindamos otra vez, porque después de tanto te encontré?". Así refleja Morat en la banda sonora de la campaña que más allá de ganar o perder, lo importante es encontrarse. El grupo pone música al spot con "23" un emotivo "himno de los encuentros" creado en exclusiva para Mahou. La canción, nuevo single del grupo, ya está disponible en todas las plataformas.

Durante la presentación, **Emmanuel Pouey, Director General de Marketing de Mahou San Miguel**, hizo énfasis en el rol de Mahou como impulsor de los encuentros de calidad entre personas: *"Nuestra intención con esta campaña es dar visibilidad al propósito de Mahou y amplificarlo: impulsar los encuentros de calidad entre las personas que nos ayudan a vivir mejor, algo que la marca ha promovido a lo largo de más de 130 años. En esta ocasión contamos con el fútbol como hilo conductor ya que, además de ser un territorio al que Mahou ha estado unido históricamente, también comparten el hecho de ser un motor clave de conexión y generador de momentos únicos."*

La campaña, en una nueva versión para televisión, ya puede verse en todos los canales y contará con una amplia presencia a nivel nacional a través de la televisión y medios digitales.

Sobre Mahou

Mahou es una familia de cervezas nacida en la calle Amaniel de Madrid en 1890. Es el resultado del trabajo de pioneros y maestros cerveceros que, desde hace más de 130 años, buscan compartir sabores y nuevas experiencias.

Mahou desarrolla la cultura cervecera basándose en rigurosos procesos de calidad y en los mejores ingredientes para dar a sus productos un sabor inconfundible. La experiencia, la pasión y la calidad han impulsado a Mahou a seguir creciendo e innovando, para ofrecer al consumidor un amplio portafolio de marcas como Clásica, Cinco Estrellas, Sin, Maestra, Barrica, Casimiro Mahou, Sin Gluten, Radler... Desde 2018, Mahou es la gama cervecera española más premiada del mundo, todo un reconocimiento internacional a su excelencia y maestría cervecera, así como a su sabor excepcional.

Sobre Mahou San Miguel

Compañía familiar de bebidas, 100% española y líder del sector cervecero en nuestro país. Dispone de 10 centros de elaboración de cerveza –ocho en España y dos en EEUU–, cuatro manantiales de agua y un equipo cercano a los 4.000 profesionales. Produce más del 70% de la cerveza española que se consume fuera de España y está presente en más de 70 países.

Cuenta con más de 130 años de historia que comienzan con el nacimiento de Mahou en 1890. En 2000 Mahou adquiere San Miguel, en 2004 la marca canaria Reina, en 2007 Cervezas Alhambra y en 2011 diversifica su negocio incorporando Solán de Cabras. Desde 2019, es socia mayoritaria de las cerveceras artesanas norteamericanas Founders Brewing y Avery Brewing.

Posee un amplio portafolio de cervezas nacionales, donde destacan Mahou Cinco Estrellas, San Miguel Especial y Alhambra Reserva 1925, y de cervezas internacionales. Cuenta con productos innovadores y creadores de categoría como San Miguel 0,0, San Miguel ECO o Mahou Barrica; marcas de agua mineral natural, como la icónica Solán de Cabras, y se ha introducido en el segmento cider con La Prohibida. También ha sido pionera en el sector en lanzar su ecommerce: Tienda Mahou San Miguel.

Con foco en las personas y en contribuir al progreso económico y social de nuestro país, es una compañía solidaria que canaliza su acción social a través de la Fundación Mahou San Miguel, creada en 2013.