**Televizní obrazovky pocítí lví sílu v nové kampani Magnesie**

Praha, 18. listopadu 2024

**Na dubnový redesign minerální vody Magnesia nyní značka navazuje kampaní s majestátním lvem, který dominuje novému televiznímu spotu. Hlavní hrdina ztělesňuje lví sílu přírodního hořčíku, obsaženého v minerální vodě Magnesia. Kampaň odstartuje v polovině listopadu a zahrnuje televizní i online spoty a influencerské spolupráce.**

Ústředním motivem je lev elegantně se pohybující pod vodní hladinou. „*V nové kampani jsme do centra pozornosti přivedli lva, který je od pradávna symbolem síly a energie a se značkou je spjatý již od jejího vzniku. Snažili jsme se navázat na tradici našich ikonických spotů a zároveň přinést intenzivní vizuální zážitek*,“ uvádí **Vladimíra Procházková, senior brand manažerka značky Magnesia.**

Televizní spot vznikl začátkem září v Madridu pod taktovkou renomovaného režiséra Sebastiena Grousseta. Produkce se ujala španělská společnost MENDIPS ve spolupráci s kreativní agenturou Milano Praha. Lokalizaci spotu a další doplňkové služby pro český a slovenský trh zajišťuje agentura WMC GREY.

Tvůrci při tvorbě spotu využili unikátní postprodukční postupy, které spočívají v kombinaci čtyř pokročilých technologií, včetně CGI a umělé inteligence. Díky tomu byli schopni vytvořit velmi realistické ztvárnění lva. Kampaň tak slibuje nezapomenutelný vizuální zážitek, který Magnesii odliší od konkurence.

Svůj hlas televiznímu spotu propůjčil **Václav Neužil, držitel Českého lva za nejlepší mužský herecký výkon v hlavní roli**. Tato spolupráce přináší další symbolickou vrstvu a umocňuje důraz na lví motiv, který prostupuje celou kampaní.

Symbolika se promítne také do teaseru, který pomocí CGI oživí budovu pražského Rudolfina – místa, kde se ocenění Český lev tradičně předává. „*Díky využití CGI jsme na fasádě Rudolfina vytvořili majestátní hlavu lva, která symbolizuje lví sílu přírodního hořčíku obsaženého v Magnesii. S využitím hlavního symbolu značky jsme dosáhli překvapivého vizuálního efektu,*“ uvedl **Vlastimil Hladík z agentury WMC Grey**. Teaser se objeví souběžně s televizním spotem a diváky naladí na hlavní sdělení kampaně.

Ta oficiálně odstartuje 18. listopadu 2024 a bude zahrnovat televizní spoty na stanicích Prima Group, online reklamu, spolupráci s influencery a sponzoring. Spot bude k vidění také na sociálních sítích a YouTube. Kampaň bude probíhat až do úvodu roku 2025.

„*Novou kampaní chceme zdůraznit jedinečné složení minerální vody Magnesia bohaté na přírodní hořčík a potvrdit její pozici jedničky na trhu minerálních vod. Věříme, že symbol lva osloví naše stávající zákazníky i novou generaci spotřebitelů*,“ uzavírá **Vladimíra Procházková**.

**O minerální vodě Magnesia**

Magnesia je přírodní středně mineralizovaná voda se značným obsahem hořčíku a nízkým obsahem sodíku. Pramení ve Slavkovském lese a čerpá se z přírodního zdroje z hloubky 100 metrů. Je vhodná na pravidelnou konzumaci bez omezení. K dostání je v přírodní neperlivé, jemně perlivé i perlivé variantě. Oblíbené jsou i ochucené varianty řady Magnesia Red s vitaminy B a funkční vody Magnesia Plus ve čtyřech variantách. Více na [www.magnesia.cz](http://www.magnesia.cz/).

**O Mattoni 1873**

Značka Magnesia je součástí Mattoni 1873, největšího distributora nealkoholických nápojů ve střední Evropě, s kořeny sahajícími do roku 1873 a ke karlovarskému rodákovi Heinrichu Mattonimu. Současnou podobu získala skupina v 90. letech díky výrazným investicím italské rodiny Pasquale. Produkty vyváží do téměř 20 zemí světa, vlastní zahraniční značky minerálních vod v Rakousku, Maďarsku a Srbsku. V ČR, Rakousku, Bulharsku, Slovensku, Maďarsku, Srbsku a Černé Hoře je Mattoni 1873 výhradním výrobcem a distributorem nealkoholických nápojů značek firmy PepsiCo.

**Kontakt pro média**

Lutfia Miňovská (Volfová), PR manažer a mluvčí
Mattoni 1873

Telefon: 607 602 328
E-mail: lutfia.volfova@mattoni.cz