



## ANOTHER GREAT CAMPAIGN FROM PUBLICIS GROUPE

---

**NL (version FR suit ci-dessous):**

### **Publicis Groupe België en LePub bundelen krachten voor de laatste druppel Heinz ketchup**

The Last Drop is de nieuwste campagne van Heinz die bedacht werd door Publicis Groupe België en Le Pub. Het is een voorbeeld van hoe creativiteit binnen het Publicis Groupe-netwerk landsgrenzen en zelfs continenten overstijgt. De campagne, die recent zijn debuut maakte op OOH, social media, digitale media en print, is een eerbetoon aan de mensen die bereid zijn een stapje extra te zetten, sociale conventies te trotseren en zichzelf niet altijd serieus nemen, zolang ze maar de laatste druppel Heinz Tomato Ketchup kunnen bemachtigen.

Gebaseerd op echte consumenteninzichten en verhalen zoals deze, laat The Last Drop zien hoe Heinz fans discreet (en indiscreet) Heinz ketchup overal van likken, inclusief babyhoofdjes, stuurwielen en natuurlijk kledij (het ultieme canvas om ketchup op te morsen). De campagne maakt deel uit van Heinz' wereldwijde merkplatform dat een ode brengt aan het merk door de irrationele liefde van mensen voor Heinz te vieren.

Thiago Rapp, Taste Elevation Marketing & Media Director bij Kraft Heinz licht toe:  
*"Bij Heinz zijn we geobsedeerd door de consument en door ons te verdiepen in consumenteninzichten en -gedrag kunnen we contact maken met onze fans op een manier die écht aanslaat. Deze campagne is opgedragen aan de ultieme fans van onze ketchup die er alles voor over hebben om de laatste druppel te bemachtigen. Het is ook een bewijs van het vermogen en de bereidheid van onze teams om snel te handelen om een moment in de tijd vast te leggen, of dat nu een cultureel bepalend moment is of iets dat gewoon een glimlach op het gezicht van mensen tovert."*

- EINDE PERSBERICHT -

Materiaal via deze link

**FR :**

### **Publicis Groupe Belgique et LePub s'associent jusqu'à la dernière goutte de ketchup Heinz**

The Last Drop est la dernière campagne en date de Heinz conçue par Publicis Groupe Belgique et LePub. Elle illustre la façon dont la créativité au sein du réseau Publicis Groupe traverse les frontières et même les continents. La campagne, qui a récemment fait ses débuts dans l'affichage, sur les médias sociaux et numériques, ainsi que la presse écrite, est un hommage à ceux qui sont toujours prêts à aller plus loin, à défier les conventions sociales et à ne pas toujours se prendre au sérieux, tant qu'ils peuvent mettre la main sur le Tomato Ketchup Heinz. Et ce jusqu'à la dernière goutte.

Basée sur des études de consommation concrètes et des histoires comme celle-ci, The Last Drop lève le voile sur la manière dont les fans de Heinz lèchent discrètement (ou non) le ketchup Heinz, que ce soit sur la tête de bébé, le volant de leur voiture ou bien sûr, sur leurs vêtements (la toile ultime pour une œuvre au ketchup). La campagne fait partie de la plateforme de marque mondiale de Heinz qui rend alors hommage à la marque en célébrant l'amour inconditionnel des gens pour Heinz.

Thiago Rapp, Taste Elevation Marketing & Media Director chez Kraft Heinz, explique: « Chez Heinz, nous sommes obsédés par les consommateurs et c'est en nous immergeant pleinement dans les habitudes et comportements des consommateurs que nous pouvons réellement nous connecter à nos fans d'une manière qui leur parle directement. Cette campagne est dédiée aux fans invétérés de notre ketchup, qui sont prêts à tout pour en profiter jusqu'à la dernière goutte. Elle témoigne également de la capacité et de la volonté de nos équipes d'agir rapidement pour capturer un moment, qu'il s'agisse d'un moment culturel déterminant ou de quelque chose qui fasse simplement sourire les gens. »

- FIN DU COMMUNIQUÉ DE PRESSE -

Matériel via ce lien

---

## Credits:

Client: Heinz

Client Team: Thiago Rapp, Georgina Fotopoulou, Hannah Winterbourne, Rosie Brierley

### Publicis Benelux

Global CCO: Bruno Bertelli

CCO: Eduardo Marques

Copywriter: Maarten de Maayer, Esther Van Vliet

Art Director: Jonas Marysse, Daniel Vanden-Broucke, Steffi Boom

### Le Pub Brasil

GLOBAL CEO: Bruno Bertelli

GLOBAL CCO: Cristiana Boccassini and Mihnea Gheorghiu

CCO & Partner: Felipe Cury

CSO & Partner: Aldo Pini

Executive Creative Director: Greg Kickow and Alex Adati

Copywriter: Victor Sotero

Art Director: Leandro Valente

Creative Production Manager: Bruna Marchi

Creative Producer Senior: Beatriz Taka

Photo production: WBorn

Photographer: Maurício Nahas

Executive producer and director: Patricia Veneziano, Rafaella Molon e Marc Edenburg

Styling: Jenniffer Nocetti

Make & Hair: Camila Gomes

Film production: Tropical Film

Director: Rog Souza e Diogo Comum (Co-direção)

Executive producer: Gabriel Dagostini

Client Service: Felipe Rangel

Production coordinator: Victor Ferrari e Juliana Lima

1º assistant director: Tati Klein  
DOP: Lucas Ferreira  
Production director: Tati Klein