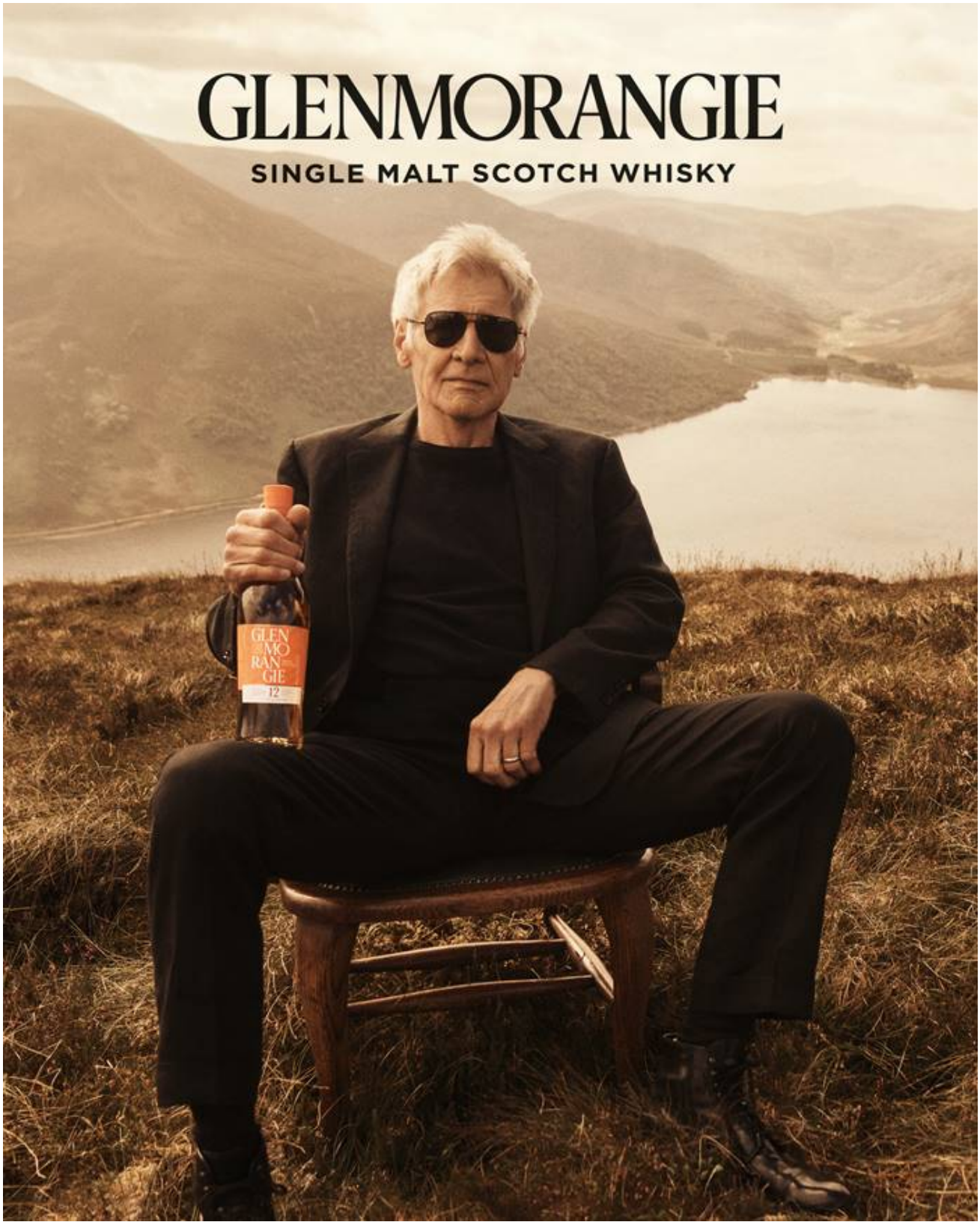
vinetur

Harrison Ford protagoniza la innovadora campaña de Glenmorangie

La campaña muestra al actor explorando la tradición y los secretos de la elaboración del whisky escocés

martes 28 de enero de 2025



La destilería escocesa Glenmorangie ha dado un giro innovador en el mundo de la publicidad con su nueva campaña internacional, "Érase una vez en Escocia", protagonizada por la leyenda de Hollywood Harrison Ford. Esta colaboración muestra al actor sumergiéndose en la tradición y los secretos detrás de la elaboración de este

emblemático whisky de malta, con un enfoque irónico y auténtico que rompe los moldes habituales de las campañas de bebidas espirituosas.

Filmada en las espectaculares Highlands escocesas, la serie de 12 episodios y un cortometraje principal están dirigidos por el cineasta Joel Edgerton. La campaña no solo pone en valor los paisajes y el patrimonio histórico de la región, como la destilería de Tain, activa desde hace más de 180 años, y el castillo Ardross del siglo XIX, sino también el arte y la dedicación del equipo que produce los whiskies insignia de Glenmorangie, incluidos el Original 12 años y el Infinita 18 años.

Harrison Ford, conocido por su carisma y su versatilidad en la pantalla, aporta humor y calidez mientras explora las Highlands y aprende sobre la tradición del whisky. En un guiño inesperado, aparece luciendo un kilt diseñado por la marca de streetwear Palace, añadiendo un toque contemporáneo a la narrativa visual capturada por el fotógrafo Lachlan Bailey.

Caspar MacRae, presidente y CEO de The Glenmorangie Company, subrayó la autenticidad de Ford y su conexión con el equipo de la destilería: "Es un verdadero amante del whisky y aprecia la maestría y dedicación que hay detrás de Glenmorangie. Esta campaña refleja su autenticidad y su capacidad de reírse de sí mismo".

Harrison Ford, por su parte, expresó su entusiasmo por la experiencia, elogiando al equipo de Glenmorangie y la creatividad del proyecto: "Fue un proceso lleno de sorpresas y momentos inesperados. La autenticidad y sencillez de lo que hemos creado hacen que todo tenga su propio encanto".

Joel Edgerton, quien aporta una visión disruptiva al proyecto, subrayó su intención de romper con la seriedad típica de las campañas publicitarias de whisky: "Quisimos hacer algo divertido e irreverente, mostrando el lado humano y menos rígido de una industria tan tradicional".

"Érase una vez en Escocia" se lanzó oficialmente el 28 de enero de 2025 y está disponible en diversas plataformas digitales y redes sociales, además de eventos y otros formatos publicitarios. Los episodios completos, junto con contenido adicional,

pueden encontrarse en el sitio web de Glenmorangie, con nuevas revelaciones planificadas a lo largo del año.

Esta campaña no solo celebra el legado de Glenmorangie, sino que también redefine la forma en que se cuentan las historias en torno al whisky, mostrando que la tradición y la modernidad pueden fusionarse para atraer a nuevas generaciones de consumidores.