

**BİSCOLATA MOOD DANSI PAKETLERİNE TAŞIDI,**

**DİSCOLATA OLDU!**

**Biscolata, sınırlı sayıda üretilen Mood özel serisiyle, 80’li ve 90’lı yıllarda son derece popüler olan disko tarzını hem Discolata Mood bardağına hem iletişimine taşıyarak herkesi dansın tadını çıkarmaya davet ediyor.**

Türkiye’nin cesur ve yenilikçi şirketlerinden Şölen’in fenomen markası Biscolata’nın yeni kampanyasında, Mood’un üzerinde yer alan desenler, harflere ve sayılara dönüştürüldü. Bu harf ve sayılardan bir dans kombinasyonu oluşturarak 80’li ve 90’lı yılların renkli disko dünyası Biscolata’ya entegre edildi. Böylece, yepyeni bir ürün olan Discolata ortaya çıktı.

Harfler Discolata danslarını, sayılar ise Discolata Mood’larını ifade edecek şekilde bir meydan okuma başlatıldı. Yeni Biscolata Erkeği Carlos, bu kampanyada karşımıza Discolata Erkeği olarak çıkıyor. Filmde tüketiciler hem yarışmaya hem de Carlos ile dansın tadını çıkartmaya davet ediliyor. Instagram ve TikTok’un yaygın olarak kullanılacağı kampanyada, Biscolata severlerin dans figürleriyle yarışmaya katılması bekleniyor. Yarışmacıları sürpriz ödüller bekliyor.

Disko hayatının tüm görsel dünyası Mood bardağına taşınırken, tasarım için karakteristik çizim tarzıyla ayrışan İllüstratör Tayfun Pekdemir ile iş birliği yapıldı. Kampanya, Karbonat imzası taşıyor.

**Reklam filmi linki:** <https://www.youtube.com/watch?v=if_0xPUGYGA>

**Künye**

**Reklamveren**: Şölen/Biscolata

**Reklam Veren Temsilcileri: Pelin Çölkesen Avcı, Songül Bozdemir, Mehtap Şahin, Deniz Adiloğlu**

**Reklam Ajansı:** Karbonat

**Prodüksiyon Şirketi:** Film&Go

**Yönetmen:** Kübra Ayaz

**İllüstratör:** Tayfun Pekdemir

**Mecra:** Satış noktaları, dijital ve sosyal medya