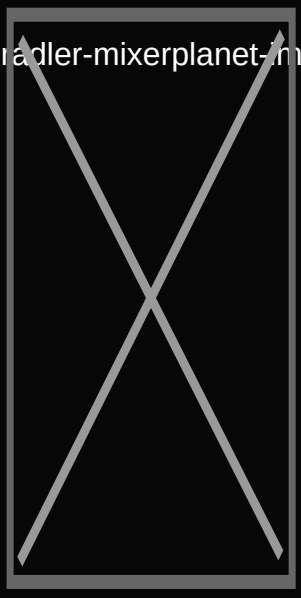
Heineken pronta al lancio di 3 Radler sul mercato italiano nel 2014

radler-mixerplanet-img-31713e37



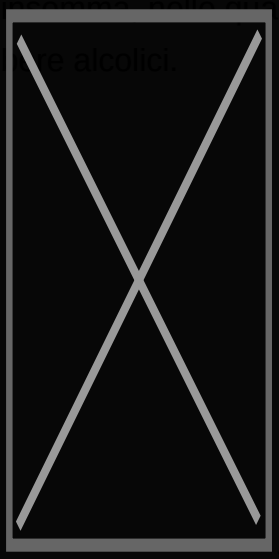
Pioniera nel lancio di una nuova categoria in Italia e forte del successo ottenuto nel 2013 da Dreher Lemon Radler, Heineken ha deciso di investire in questo comparto annunciando il lancio nel 2014 di 3 nuove Radler.

A marzo sarà la volta di Birra Moretti Radler, la prima Radler con limoni 100% italiani, dal gusto rotondo e dal forte potere rinfrescante grazie al sapiente bilanciamento tra la qualità e la tradizione di Birra Moretti e limoni italiani selezionati. Una bevanda nella quale il corpo e il carattere allegro della birra (45%) si uniscono al gusto fresco del succo di limone per dare vita a un sapore armonico, una birra con 2 gradi (2% alc. vol.), piacevole da bere. Una bevanda pensata per chi desidera sapori freschi, oppure non ama il classico retrogusto leggermente amaro della birra, che nelle Radler scompare del tutto.

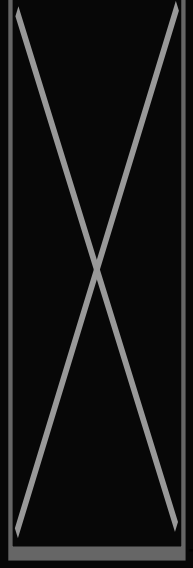
E nell'anno delle Radler, Ichnusa, la birra sarda per eccellenza, non poteva non pensare alla Sardegna. Così, sempre da marzo, anche gli affezionati di Ichnusa potranno avere, in esclusiva sul territorio sardo, Ichnusa Limone Radler, "il primo limone che sa di Sardegna". Birra Ichnusa e succo di

limone per una bevanda leggera e rinfrescante, ideale per accompagnare l'estate sarda.

Ma Heineken lancerà anche Dreher Lemon Radler 0.0%, la Radler ideale per ogni momento della giornata, a pranzo, al lavoro, nelle pause, se si deve guidare o quando si fa sport. Occasioni, insomma, nelle quali Heineken - da sempre attenta ai temi del consumo responsabile - invita a non bere alcolici.



«Siamo la prima azienda birraria in Europa e in Italia, e come tale abbiamo la responsabilità di guidare la crescita della categoria birra, ma anche di innovare e anticipare il mercato. Ed è per questo che lo scorso anno abbiamo lanciato la prima Radler in Italia, riscontrando un successo oltre le aspettative. È nostro dovere rispondere al mercato, investendo sulla categoria e proponendo nuove Radler che soddisfino ogni esigenza» afferma Floris Cobelens, direttore marketing Heineken Italia.



Tre nuove Radler, quindi, a completare una gamma, che fanno seguito al successo di Dreher Lemon Radler lanciata nel 2013 da Heineken sul mercato italiano, prodotto che ha raggiunto vendite doppie rispetto alle stime, un altissimo gradimento alla prova e soprattutto al ri-acquisto spontaneo (49% nelle tre/quattro settimane successive all'assaggio. Una categoria nuova in Italia, ma ben diffusa nei Paesi del Nord Europa, che vanta una lunga storia nei Paesi di lingua Tedesca, dove ha la sua origine nel 1922, precisamente ad Oberhaching, situato a una quindicina di chilometri a sud di Monaco.

Lanciata dal Gruppo Heineken in Europa con successo in Paesi come Polonia, Austria e Ungheria, ma anche Russia e Paesi africani come Congo, Burundi, Ruanda e Nigeria, dopo i risultati in Italia nel 2013 questa gamma è dunque destinata a crescere e presidiare nuovi momenti di consumo.