Chinò Sanpellegrino festeggia 60 anni

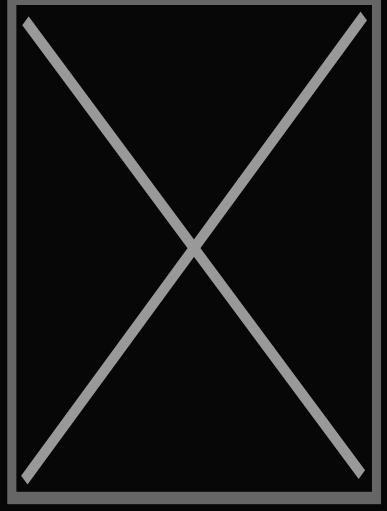
cocktail-chino-nel-ballon-come-un-barolo-202ffd26

Le Bibite Sanpellegrino celebrano il 60° compleanno del Chinò, che dagli anni '50 delizia tutto il mondo con il gusto inconfondibile e unico dei chinotti di Sicilia. Il Chinò è un prodotto amato da milionidi fan in Italia per il suo colore ambrato, l'aroma intenso e il retrogusto amarognolo e fruttato.

La storia del Chinotto Sanpellegrino ha seguito un'evoluzione emozionante scandita da continui successi fin dalla sua nascita che risale all'anno 1958, quando tutto è iniziato con la creazione di una ricetta ancora oggi segreta che ha permesso nel tempo di mantenere inalterato il gusto e la qualità di questa bibita. Da sempre inconfondibile emblema di chi ama vivere "fuori dal coro", con originalità e personalità, il Chinò - ribattezzato con questo nome negli anni '80 - ha attraversato moltissime generazioni, diventando un vero e proprio cult nel mondo delle bibite analcoliche e regalando momenti unici ed esperienze indimenticabili vissute con questa bibita.

Oggi infatti il Chinò Sanpellegrino è uno dei brand più conosciuti in Italia nel mercato di riferimento.Un traguardo confermato dall'altissima fedeltà dei suoi consumatori, presenti anche fuori dai confini nazionali, che lo scelgono ogni giorno per i suoi ingredienti selezionati con cura e provenienti dal cuore del Mediterraneo, chinotti 100% di origine italiana che deliziano i palati, immergendo tutti i sensi nelle note piacevolmente frizzanti e fortemente riconoscibili date da una formula unica e autentica.

Il Chinò Sanpellegrino è il risultato di un attento processo di produzione in cui un prezioso infuso di ingredienti botanici si combinano con l'estratto di chinotto, frutto che arriva da un'unica piantagione siciliana, l'Azienda Agricola Castrorao che ha con Sanpellegrino un rapporto di esclusiva. Nel complesso si parla di 9.000 piante di chinotto in 5 ettari di terreno gestite con un moderno sistema di fertificazione e irrigazione sostenibile, ovvero senza utilizzo di pesticidi,che permette di apportare acqua e fertilizzanti a base di azoto, fosforo e potassio nella giusta misura, ottimizzandone la quantità. La coltivazione nel 2017 ha visto la raccolta di 88.000 kg di chinotti che, insieme a una lavorazione fatta per preparare l'aroma finale presso lo stabilimento bergamasco di Madone, hanno permesso di produrre il cuore di Chinò.



L’identità del Chinò Sanpellegrino è stata trasmessa nel tempo oltre che dal suo gusto pieno, rotondo e perfettamente bilanciato da un retrogusto amarognolo e fruttato, e dal suo colore ambrato con riflessi dorati, anche attraverso il suo pack distintivo. L’iconica etichetta nera con la stella viene infatti associata da tutti al Chinò Sanpellegrino che ha mantenuto i tratti propri del brand con lo sfondo nero e l’inconfondibile N rovesciata. Da sempre la veste grafica presente su tutti i formati - dalla bottiglia di vetro e in PET alla lattina - racconta il forte legame della bibita con la terra dei propri ingredienti e il look inconfondibile ed originale ne esprime la filosofia alla base dello stile di vita di chi sceglie Chinò.L’immagine della bibita ha seguito infatti l’evoluzione dei consumi e degli stili di vita degli italiani che sono stati accompagnati negli anni lungo una carrellata di campagne fatte di immagini coinvolgenti al passo con i tempi in cui al centro c’è sempre stato il prodotto nel ruolo di protagonista insieme alle persone ritratte in scene di vita quotidiana.

Proprio perché questa bibita è cresciuta insieme ai suoi fan con la volontà di dare valore alle esperienze rendendole originali e indimenticabili, il Chinò è diventato sempre più presente nel tempo libero nei momenti di break e relax, non solo in casa ma anche fuori, facendo leva sul nuovo trend della mixability. Una tendenza che le Bibite Sanpellegrino stanno contribuendo a far crescere grazie alla capacità delle referenze, tra cui anche il Chinò, di essere miscelate in modo unico e distintivo, facendo realizzare ai bartender mix esclusivi e cocktail iconici. Un esempio che va proprio in questa direzione è stata la creazione di alcuni serving d’eccezione a base di Chinò come il cocktail “Nel ballon come un Barolo”dove il Chinò è stato affiancato a una scorza d’arancia ed alcune gocce di whisky per esaltarne il sapore unico.

“Siamo orgogliosi di celebrare oggi questa ricorrenza, sono stati 60 anni ricchi di emozioni insieme a Chinò e a tutti i suoi consumatori affezionati. Questa bibita ha infatti saputo conquistare sempre più persone con il suo gusto inconfondibile, merito anche di un partner di valore scelto in esclusiva per la sua produzione come l’Azienda Agricola Castrorao da cui arrivano gli ingredienti di prima qualità del nostro Chinò. La missione delle Bibite Sanpellegrino è continuare a garantire ai nostri consumatori un

prodotto sempre uguale a sé stesso, ma al contempo capace di rispondere alle loro esigenze in continua evoluzione, lasciando il segno nelle loro esperienze speciali” commenta **Elisabetta Bracci**, Marketing Manager Premium Brands Sanpellegrino.