Chivas Regal 16 Year Old, la Limited Edition firmata Charles Leclerc

1f5a72f9-10dd-4c63-b131-a9270d32bc0a

Chivas Regal e Charles Leclerc, Global Brand Ambassador del brand, presentano Chivas Regal 16 Year Old Limited Edition, il primo whisky di 16 anni nella storia di Chivas Regal e il primo blend co-creato dal pilota monegasco. Un'espressione unica che porta nel bicchiere il numero 16, profondamente legato alla vita e alla carriera di Charles Leclerc e che nasce da una visione condivisa: quella di sfidarsi costantemente, superare i propri limiti e non smettere mai di migliorarsi.

È questa l'essenza di **true mastery**, il concetto che Chivas Regal interpreta come eccellenza: non un traguardo da raggiungere, ma una ricerca continua, costruita attraverso la curiosità, la determinazione e il confronto. Chivas Regal 16 si distingue per un profilo ricco, morbido e speziato. Al naso emergono note di mandarino, uvetta e miele, accompagnate da caramello, cannella e croissant alle mandorle. Al palato, marmellata d'arancia e torta di mele lasciano spazio a legno tostato, toffee e spezie calde, fino a un finale ricco, vellutato e persistente.

Un blend che riunisce 16 diversi whisky

La storia di Chivas Regal 16 nasce dalla sfida lanciata da Charles Leclerc al Master Blender di Chivas Regal, **Sandy Hyslop**, con l'obiettivo di creare qualcosa di completamente nuovo e costruito attorno alla sua visione. Ne è nato un vero scambio creativo tra due eccellenze nei rispettivi campi. Il blend riunisce 16 whisky eccezionali, ciascuno invecchiato per almeno 16 anni, ispirati al numero che ha segnato la carriera di Leclerc. Durante il processo creativo, Charles ha viaggiato in Scozia e ha esplorato diversi whisky, sviluppando una particolare affinità con il Longmorn Single Malt affinato in botti ex-sherry, scelto come componente chiave del blend. Da lì, la sfida finale: creare il primo Chivas Regal di 16 anni.

Chivas Regal 16 è stato presentato per la prima volta al mondo in occasione del Gran Premio di Miami, dove Charles Leclerc e Sandy Hyslop si sono incontrati per raccontare il percorso che ha portato alla creazione del whisky. Un momento dedicato alle scelte, alle sfide e al confronto che hanno definito il blend e che rappresenta il significato di True Mastery: la ricerca dell'eccellenza non come risultato individuale, ma come un percorso di crescita condiviso. Una filosofia che riflette l'ethos di Chivas Regal, "I Rise, We Rise": crescere individualmente, elevando al tempo stesso chi ci circonda, perché i successi più importanti sono quelli che si possono condividere.

In vista del Gran Premio d'Italia a Monza, Chivas Regal porta questo concetto sul campo con un nuovo e inaspettato incontro tra due campioni avvenuto a Villa Trivulzio (MB). Charles Leclerc e il Gran Maestro di scacchi Hikaru Nakamura si sono affrontati presso la Chivas Regal Arena of Mastery in un inedito showdown ad alta tensione. L'evento ha rappresentato l'incontro tra due creazioni nate dalla stessa visione: Chivas Regal 16 Year Old e SE!ZE, il gioco da tavolo d'ispirazione scacchistica co-sviluppato da Charles Leclerc. Due progetti diversi, un'unica filosofia: ogni scelta conta.

Un ecosistema di attivazioni sul territorio italiano

?Il lancio di Chivas Regal 16 in occasione del GP di Monza si inserisce in un articolato piano che coinvolge più di 150 ospiti internazionali e nazionali tra Milano, Monza e Maranello. Oltre alla presenza fisica nel weekend di gara, la campagna presiederà Milano con un'importante pianificazione Out-of-Home (OOH) dal 1° al 6 settembre su 75 schermi digitali e 5 posizioni ad alto impatto, oltre ad una campagna social nazionale ed a una special activation dal 31 agosto al 6 settembre in Largo Cairoli (lato Piazza Castello) dove i passanti potranno collezionare i poster in edizione limitata dedicati al lancio di Chivas Regal 16 creato con Charles Leclerc.

La campagna coinvolgerà inoltre 25 locali selezionati sul territorio nazionale, che celebreranno Chivas Regal 16 durante la GP Week, insieme a una rete di talent e creator italiani coinvolti nelle diverse attività della campagna, tra cui Federica Nargi. A supporto dell'iniziativa, Chivas Regal potrà inoltre contare sulla collaborazione di due importanti Media Partner, Forbes e GQ, contribuendo ad amplificare il racconto del progetto e della filosofia di eccellenza e successo condiviso che lega il brand a Charles Leclerc.

Chivas Regal 16 è disponibile all'acquisto anche presso l'Amazon Store dedicato dal 31 agosto, oltre che in punti vendita luxury retail selezionati come Rinascente Milano e Rinascente Monza con corner dedicati e tasting guidati, ed enoteche d'eccellenza a Milano e Firenze.