José Cuervo regala 10mila Margarita. Ma questa volta il cocktail è in lattina

Un ritardo della metro, una coda al supermercato, il Wi-Fi che non funziona: a Londra basterà scrivere su un biglietto l'ultima piccola seccatura della giornata per ricevere in cambio un Margarita. **The Spirits Business** racconta l'operazione con cui José Cuervo (distribuito in Italia in esclusiva da **Gruppo Montenegro**) accompagna il lancio britannico della nuova Sparkling Margarita ready-to-drink: 10mila lattine distribuite gratuitamente il 10 e 11 settembre in un temporary store di Soho ribattezzato "The Inconvenience Store". Nessun pagamento: si consegna la propria "inconvenience" e si prende dal frigorifero il drink. Il prodotto dice qualcosa sulla direzione della categoria. La Sparkling Margarita è realizzata con Tequila José Cuervo, ha un profilo agrumato e leggermente frizzante ed è pensata per trasferire uno dei cocktail più riconoscibili al mondo nella logica del grab-and-go. Dal 3 settembre le lattine sono in vendita nei convenience store indipendenti britannici a un prezzo consigliato di 2,55 sterline. Il pop-up si appoggia a una ricerca commissionata dal brand secondo cui un britannico perderebbe mediamente sei giorni all'anno dietro alle piccole complicazioni quotidiane. È marketing, e nemmeno particolarmente nascosto, ma il messaggio pubblicitario coincide con la promessa del prodotto: a una vita complicata si contrappone un cocktail che non richiede bartender, shaker, ingredienti o preparazione.