Bacardí, nuova bottiglia per i 153 anni

bacardi-rum-nuove-bottiglie-carta-blanca-carta-oro-carta-negra-02-b739f4b6

Bacardí, il rum più venduto al mondo, ha presentato, in concomitanza con la celebrazione del suo 153° anniversario, la sua nuova veste, grazie a un nuovo design che rispecchia la straordinaria tradizione e l'intramontabile qualità del brand. La nuova bottiglia presenta raffinati tocchi artigianali come il disegno del pipistrello Bacardí, simbolo di fortuna, salute e unità familiare, che sulla nuova etichetta si ispira al bozzetto fatto a mano nei primi del '900. Le nuove bottiglie cambiano quindi look ma non il contenuto: lo stesso gusto eccezionale e la stessa inarrestabile passione dal 1862. La nuova confezione annuncia inoltre per tutta la linea di rum un ritorno ai nomi originali in spagnolo: Superior, Gold e Black diventeranno "Carta Blanca", "Carta Oro" e "Carta Negra".

Per la presentazione del nuovo look, il brand ha collaborato con alcuni esperti artigiani di "Upcycle That" per la realizzazione di una serie di schemi che consentono agli appassionati del "fai-da-te" di creare il proprio mobile utilizzando oggetti di uso quotidiano in casa. La nuova bottiglia, più alta e snella, sempre nel classico vetro di color verde "Georgia", è stata appositamente disegnata per facilitarne l'utilizzo e, grazie al netto miglioramento della distribuzione del peso, garantisce una migliore ergonomia, richiesta dai barman professionisti.

La storia della famiglia Bacardíe del suo rum è caratterizzata dalla perseveranza, con una lunghissima esperienza nel settore delle bevande alcoliche, da oltre 150 anni. Ogni nuova bottiglia della gamma di rum chiari e scuri presenta anche un originale cartiglio stampato, che contiene una breve storia tratta dalla saga della famiglia Bacardi e una semplice descrizione del gusto e delle modalità per servire il drink sul retro. Tutte le etichette, inoltre, sono costituite di fibra di canna riciclata: un prodotto ottenuto durante il processo di lavorazione del rum. La nuova confezione annuncia inoltre per tutta la linea di rum un ritorno ai nomi originali in spagnolo: Superior, Gold e Black diventeranno "Carta Blanca", "Carta Oro" e "Carta Negra".

"Siamo lieti di presentare le nostre nuovissime bottiglie proprio il 4 febbraio, anniversario della nostra Fondazione come azienda familiare a Cuba nel 1862" afferma Caroline Hipperson, Bacardi Global Brand Director. *"La nostra intenzione era quella di creare una bottiglia che raccontasse la storia di*

Bacardi, la sua straordinaria eredità culturale e la grande maestria artigianale della produzione di tutti i nostri pregiati rum. Caratteristiche che renderanno i barman orgogliosi di servire il rum Bacardíper i prossimi 150 anni”.

“Il gusto unico del rum Bacardíha ispirato i precursori dell’arte dei cocktail ad inventare alcune delle ricette più famose al mondo tra cui il BacardíMojito e il BacardíCuba Libre. Il brand, infatti, è cresciuto negli anni proprio grazie ai migliori barman internazionali ed è per questo che ci è sembrata una scelta naturale quella di coinvolgerli nella fase di progettazione della nuova bottiglia”, ha aggiunto Jacob Briars, Bacardi Global Advocacy Director.

La progettazione del nuovo design per tutto la gamma dei rum Bacardíha visto numerose fasi creative, a partire dalla profonda ricerca nell’archivio storico di Bacardi, affinché il nuovo packaging rispecchiasse accuratamente la straordinaria eredità culturale del brand. La nuova confezione presenta raffinati tocchi artigianali come il disegno dell’iconico pipistrello BACARDÍ, simbolo che rappresenta la fortuna, la salute e l’unità familiare, sulla nuova etichetta raffigurato come il bozzetto fatto a mano nei primi del ‘900. Fortemente influenzata dallo stile Art Déco cubano, la nuova confezione racconta l’incredibile storia e le origini del brand.

Questo lancio sarà a breve corredato di un video che racconta il meticoloso processo di produzione e l’instancabile passione che stanno alla base della fabbricazione del rum Bacardí. Protagonisti del film sono il Maestro de Ron Bacardí(maestro miscelatore) Juan Piñera e il famoso barman di New York Steve Schneider che hanno lavorato al lancio in stretta collaborazione con il brand Bacardí, mentre la colonna sonora è firmata dal DJ/Produttore Hudson Mohawke. La nuova confezione proprio oggi lanciata nel Regno Unito e sarà successivamente disponibile in Italia e in alcuni mercati europei a partire dall’inizio di marzo, quindi nel resto del mondo da aprile 2015.

Da questo mese avranno inizio le finali nazionali della Bacardí Legacy Global Cocktail Competition, una serie di eventi in 36 paesi che hanno come sempre protagonista Bacardírum, da oggi nella sua nuova bottiglia. Bacardi sta incoraggiando i finalisti delle nazioni in gara, oltre che la comunità internazionale dei barman, a postare delle immagini del loro “stile di mescita personale” utilizzando la nuova bottiglia su Instagram, con il tag #bacardilegacy. La Finalissima della BacardíLegacy Global Cocktail Competition si terrà a Sydney il 3 Maggio 2015.

Info su www.bacardi.com/it