Nasce in Rete la nuova campagna Havana 3 anni, protagonisti i bartender

img-20160829-040212-d81ea3aa

Parte a settembre la **nuova campagna del rum Havana 3** che ha coinvolto **2mila barmen e barlady** di dodici città italiane in un contest all'ultimo click. Ogni partecipante ha accolto la sfida-contest " **Havana 3 Cerca te!**" invitando i propri fan e amici ad aiutarlo a scalare la classifica per divenire protagonista della nuova campagna.

I partecipanti hanno creato un profilo sul sito havana3cercate.it, scaricato la promocard digitale e la Facebook cover personalizzandole con il proprio motto sul noto rum. "E' autentico, intenso, Cubano", commenta il vincitore **Antonio Abatangelo** da Riccione. In meno di due mesi Havana 3 anni è diventato virale grazie alla migliaia di voti che hanno animato la rete. Le barlady sono state circa un quarto dei partecipanti aggiudicandosi il vertice della classifica a Genova (**Monica Gentile**) e a Palermo (**Eleonora Siino**).

Havana3 ADV - 1I bartender, ritratti dietro al bancone, saranno i **soggetti della campagna ADV** in programma da settembre a dicembre su pubblicazioni a tiratura nazionale come *RollingStone*, *La Gazzetta dello Sport* e *Corriere dello Sport Stadio*, riviste di settore, ma anche affissioni nelle principali città.

Versatile, avvolgente ed equilibrato. Così i partecipanti descrivono Havana 3. "Mi trasmette una sensazione di felicità", scrive Orsetta Calcagno da Firenze, "Ogni bottiglia ha una storia, ogni storia è una vita", commenta Luigi Serafino da Milano, "E' l'autentico cubano ed è perfetto per i miei drink" aggiunge Salvatore Iardino da Napoli... Da Torino a Catania, il rum cubano invecchiato 3 anni si conferma l'ingrediente più amato dai bartender e apprezzato dai clienti per celebrare **l'Arte del Mojito** .

"La nuova campagna ADV non poteva che nascere e svilupparsi dalla rete e dai social e avere come protagonisti barman e barlady, non solo nel ruolo di testimonial, ma di veri e propri influencer, protagonisti del divertimento dei nostri consumatori e delle loro scelte di consumo", commenta

Mirco Biondi, Senior brand manager di Havana Club, brand di Pernod Ricard Italia.