

Cachaça 51 promuove un “aperitivo mondiale”

lime-bianco-02170ffc

[bottiglia](#) Chi meglio di Cachaça 51, simbolo dell'aperitivo brasiliano, poteva cogliere l'occasione dei mondiali di calcio brasiliani per una massiccia campagna di promozione? Così [Pernod Ricard Italia](#) ha colto l'occasione per una promozione al largo pubblico con il concorso “*Con il numero uno del Brasile vinci!*”, che durerà dal 15 maggio 2014 al 12 gennaio 2015. Per partecipare basta acquistare, nei migliori punti vendita della Gdo, una delle 15.000 bottiglie Cachaça 51 con collarino promozionale e inviare un SMS per potersi aggiudicare un premio e partecipare all'estrazione di quello finale: una settimana a Rio per due persone.

Ma durante le settimane mondiali, Cachaça 51 ha scelto un luogo simbolo dell'aperitivo milanese, lo [passion_bianco](#) Sheraton Diana Majestic per allestire nel sontuoso giardino un'area dove viene servita la Caipirinha nella sua versione classica e nelle sue varianti Strawberry, Peach e Maracuja. E, naturalmente non manca la proiezione su grande schermo delle partite dell'Italia.

Cachaça 51 è prodotta dalla Companhia Müller de Bebidas, il più importante produttore di cachaça in Brasile e viene esportata in oltre 40 paesi e 5 continenti. Da decenni è il marchio leader nel Paese d'origine, oltre che la cachaça più consumata al mondo. In Italia Cachaça 51 detiene la leadership con una quota di mercato del 54% nella categoria (Fonte IWSR - 2013).