Cachaça 51 promuove un “aperitivo mondiale”

lime-bianco-02170ffc

bottigliaChi 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_biancoSheraton Diana Majestic per alestire 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).