

Alcolici e birre



Dal successo del cocktail Campari Orange Passion, il cocktail "pestato" lanciato nel 2010 come rivisitazione del Garibaldi (Campari Orange tradizionale) per festeggiare il 150° anniversario di Campari, nasce il nuovo cocktail aperitivo Campari Orange Passion, pronto da servire.

Il gusto intenso di Campari, la freschezza del succo di arancia e la dolcezza dello zucchero di canna si uniscono in un nuovo cocktail, in una pratica bottiglia di vetro da 17,5 cl, disponibile in un cluster da tre pezzi. La bottiglia si caratterizza per un design unico e distintivo, con una grafica che evoca con stile gli ingredienti del cocktail, e che rispetta l'ambiente: l'involucro di plastica si può facilmente separare dalla bottiglia di vetro attraverso l'apposita striscia pretagliata, consentendo così il corretto smaltimento nella raccolta differenziata.

ENRICO SACCHI



LANCIO

Aperitivi monodose

Vendite a valore

33,3 mio €

Variazione %

-2,2

Campari Orange Passion

Vendite a valore

1,3 mio €

Variazione a valore %

96,8

Quota di mercato a valore

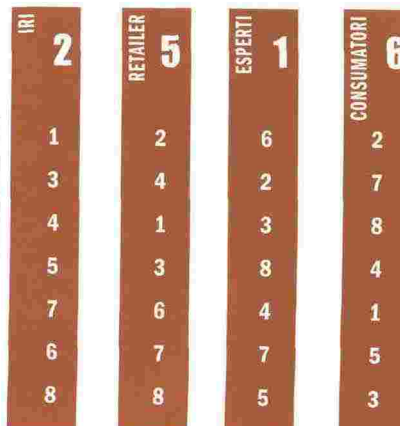
3,8

dati IRI - a.t. febbraio 2014

DAVIDE CAMPARI - MILANO

Campari Orange Passion

2	Vecchio Amaro del Capo	Distilleria Flli Caffo
3	Angelo Poretti 4 Luppoli	Carlsberg Italia
4	Dreher Lemon Radler	Heineken Italia
5	Tennent's Super	InBev Italia
6	Baileys Chocolat Luxe	Diageo Italia
7	Sambuca Ramazzotti	Pernod Ricard Italia
8	Gran Crema Vecchia Romagna	Montenegro



SE VENDI
GI
SEI

Alcolici e birre



Amari

Vendite a valore
105,0 mio €
Variazione %
3,3

2 Vecchio Amaro del Capo

Vendite a valore
13,8 mio €
Variazione a valore %
21,0
Quota di mercato a valore
13,1

dati IRI - a.t. febbraio 2014

DISTILLERIA F.LLI CAFFO Vecchio Amaro del Capo

Il Vecchio Amaro del Capo è un liquore di erbe frutto di un'antica ricetta calabrese poi rielaborata e migliorata dall'esperienza acquisita dalle quattro generazioni della famiglia Caffo. Racchiude in sé i principi attivi di erbe, fiori, frutti e radici della terra di Calabria, infusi in finissimo alcole. Il Vecchio Amaro del Capo, oggi è tra gli amari più diffusi e venduti in Italia e vanta il primato di essere stato il primo amaro ad essere stato proposto ghiacciato dagli slogan lanciati dall'azienda già a partire dagli anni Settanta, quando il consumo era principalmente estivo e veniva distribuito solo in Calabria. Tra le iniziative realizzate nel 2014 da segnalare il calendario interattivo dedicato all'Amaro del Capo, caratterizzato dalla presenza di un QR code che permette di collegarsi alla pagina Facebook per inviare foto dello "spirito giusto".



ES



CARLSBERG ITALIA Angelo Poretti 4 Luppoli

Amore per la qualità, cura dei particolari e rispetto per la tradizione birraria sono i fattori distintivi delle birre del Birrificio Angelo Poretti, caratterizzate dalle diverse luppolature da cui nascono ricette dal sapore unico e originale. La Poretti 4 Luppoli Originale è una pregiata birra chiara generosamente luppolata. Si distingue per una spiccata armonia nel gusto, con note aromatiche fruttate che ne addolciscono l'amaro moderato. Poretti 4 Luppoli Originale è una birra di malto d'orzo, sciroppo di glucosio e luppolo, dall'aspetto limpido, colore paglierino e corpo leggero, con una gradazione alcolica di 5,5%. La particolarità del quarto luppolo offre alla birra un'esaltazione dell'aroma tipico della pianta e permette di rinforzare la schiuma. Ideale nell'abbinamento con tutti i primi piatti dal gusto rotondo e con formaggi di media stagionatura.

ES

Birra

Vendite a valore
1.068,1 mio €
Variazione %
0,8

3 Angelo Poretti 4 Luppoli

Vendite a valore
3,4 mio €
Variazione a valore %
161,7
Quota di mercato a valore
0,3

dati IRI - a.t. febbraio 2014

Birra

Vendite a valore
1.068,1 mio €
Variazione %
0,8

LANCIO Dreher Lemon Radler

Vendite a valore
8,1 mio €
Quota di mercato a valore
0,8

dati IRI - a.t. febbraio 2014

HEINEKEN ITALIA Dreher Lemon Radler

Dreher Lemon Radler è una bevanda che unisce il corpo e il carattere della birra (40%) al gusto fresco del succo di limone per dare vita a un sapore armonico, una birra con solo 2 gradi (2% alc. vol.), piacevole da bere. Per il lancio del nuovo prodotto, Heineken Italia ha messo a punto un piano trasversale e articolato, che ha combinato attività di advertising classico ad azioni below-the-line come guerrilla e marketing digitale, nonché attività di visibilità nei punti di vendita. Tutta la campagna di comunicazione è stata contraddistinta dal claim "È tempo di limonare", che gioca sul doppio senso di una parola che rimanda al bacio, protagonista indiscusso e ispiratore di tutte le attività di comunicazione, ma anche all'ingrediente che contraddistingue l'inedito incontro tra birra e succo di limone che dà origine a Dreher Lemon Radler.

ES



SE VENDI
CI SEI

Alcolici e birre



Birra

Vendite a valore
1.068,1 mio €
Variazione %
0,8

Tennent's Super

Vendite a valore
21,7 mio €
Variazione a valore %
27,5
Quota di mercato a valore
2,0

dati IRI - a.t. febbraio 2014

INBEV ITALIA

Tennent's Super

Birra speciale lager doppio malto, con 9% di gradazione alcolica, Tennent's Super è caratterizzata da un gusto forte e un sapore particolare. È infatti prodotta utilizzando solo acque pure, frutto di un'accurata selezione che garantisce al prodotto un'elevata limpidezza; l'acqua di fonte si unisce poi a orzo maltato, mais, lievito, luppolo e spezie.

Tennent's Super si distingue anche per un temperamento del malto e delle note speziate che, insieme, sanno creare un contrasto unico al palato.

Il suo carattere strong e il suo sapore particolare la rendono idonea per l'abbinamento a sapori forti, come piatti a base di carne e formaggi stagionati, così come a gusti affumicati. La sua essenza unica si evidenzia anche nel packaging, che si caratterizza per colori distintivi e cura di ogni particolare.

ES



DIAGEO ITALIA

Baileys Chocolat Luxe

Dall'unione tra finissimo cioccolato belga, whiskey irlandese e crema di latte nasce Baileys Chocolat Luxe, frutto di tre anni di lavorazione e sperimentazioni. Baileys Chocolat Luxe rievoca tutta l'esperienza del cioccolato dal primo morso fino al retrogusto finale di cacao amaro. La combinazione di prodotti di altissima qualità -come la vaniglia del Madagascar e gli oltre 30g di autentico cioccolato belga per bottiglia- fa sì che Baileys Chocolat Luxe abbia tutto il gusto del migliore cioccolato unito in armonia con le cremose note caramellate tipiche di Baileys. Creato da Anthony Wilson, Liquid Developer presso Diageo nonché figlio di uno dei creatori dell'originale Baileys Original Irish Cream, Baileys Chocolat Luxe nella versione da 50 cl sarà disponibile presso i maggiori ipermercati e supermercati italiani da inizio ottobre.

ES

Liquori dolci

Vendite a valore
128,2 mio €
Variazione %
0,2

Baileys Chocolat Luxe

Vendite a valore
0,7 mio €
Quota di mercato a valore
0,5

dati IRI - a.t. febbraio 2014

LANCIO

Sambuca

Vendite a valore
35,1 mio €
Variazione %
0,0

Sambuca Ramazzotti

Vendite a valore
6,6 mio €
Variazione a valore %
12,8
Quota di mercato a valore
18,8

dati IRI - a.t. febbraio 2014

PERNOD RICARD ITALIA

Sambuca Ramazzotti

Versatile e facile da bere, Sambuca Ramazzotti è un prodotto legato alla tradizione italiana molto apprezzato dai giovani. È un liquore italiano a base di anice stellato ottenuto da un'originale ricetta nata dall'antica tradizione Ramazzotti. Il suo gusto fresco e piacevole, il suo aroma intenso e delicato sono il risultato di un'accurata distillazione a vapore di selezionati frutti di anice stellato. Per questo Sambuca Ramazzotti, con una gradazione di 38°, è apprezzata anche dagli intenditori più esigenti. Si può degustare in molte versioni. Al classico utilizzo nel caffè per esaltarne fragranza e vigore, si aggiungono le varianti: pura, al termine di ogni pasto; con acqua, come un dissetante pre-dinner; con ghiaccio; come base per cocktail e long drinks e con la "mosca", fiammeggiandola per alcuni istanti con l'aggiunta di qualche chicco di caffè.

ES



MONTENEGRO

Gran Crema Vecchia Romagna

Vecchia Romagna presenta Gran Crema, nuovo liquore cremoso che offre un'esperienza intensa di gusto grazie alle note aromatiche del brandy, che la caratterizzano rendendola unica sul mercato. Si caratterizza per il gusto pieno, rotondo, cremoso. Completa il tutto l'inconfondibile bottiglia di Vecchia Romagna, in una nuova veste nera ed elegante con una veste grafica che racconta la qualità di Vecchia Romagna con sfumature glamour e femminili. Il lancio del prodotto è supportato da un importante investimento, tutto focalizzato a supporto del sell out, con attività di degustazione in numerosi punti di vendita di ampia superficie distribuiti su territorio nazionale. Il grado alcolico è di 17°, la bottiglia è da 50cl. Da gustare liscia o con un cubetto di ghiaccio.

ES

Crema
Vendite a valore
28,0 mio €
Variazione %
-3,0

Gran Crema Vecchia Romagna

Vendite a valore
0,1 mio €
Quota di mercato a valore
0,1

dati IRI - a.t. febbraio 2014

LANCIO

