Italicus e Monkey 47 puntano a entrare nelle case degli italiani. Video

20210701-113725-2856a101

Italicus è entrato nel portfolio di Pernod Ricard da pochi mesi. E sarà tra gli spiriti protagonisti della Como Lake Cocktail Week in programma fino al 4 luglio 2021

Prodotto di nascita recente, in passato distribuito da Velier, il rosolio di bergamotto Italicus con il cambio di distributore vuole fare un salto in termini di volumi.

Come?
Un obiettivo dichiarato, ma non realizzabile oggi su domani, è quello di implementare l'export negli Stati Uniti. Un altro è quello di allargare il target di riferimento.
Non più quindi solo il mondo Ho.re.ca, ma anche i consumatori finali.

italicusPer fare entrare Italicus e Monkey 47 nelle case degli italiani **Giorgia Scommegna, Prestige Trade marketing Pernod Ricard,** punta in particolare su due strade.

Da una parte il ricettario targato Italicus firmato Mattia Pastori, con proposte beverine e facili da replicare in casa.

Tanto semplici che possono farle davvero tutti.
Un esempio su tutti, l'**Italicus Spritz** con champagne al posto del prosecco e Italicus invece del bitter, senza soda e con due olive come garnish.

Dall'altra, la partecipazione a eventi dedicati al pubblico dei cocktail Lovers, come la **Como Lake Cocktail Week -clicca per info-**, la Tuscany e la Florence Cocktail Week e a dicembre la Venice Cocktail Week.

"Oltre a voler avvicinare i consumatori finali, con queste iniziative vogliamo sostenere il mondo dei cocktail bar e lanciare un messaggio di ottimismo e di fiducia nella ripresa del settore", specifica Giorgia Scommegna.

Guarda la video intervista