



La segunda cerveza más cara

Nueva edición de la Vintage de Carlsberg

Carlsberg ha lanzado la segunda edición de su cerveza gran reserva, que se venderá a 270 euros la botella, y está decorada con litografías del polémico artista chileno-danés Marco Evaristti.

Al igual que en 2008, de la exclusiva "Jacobsen Vintage No.2. 2009" sólo se han producido 600 botellas, de 37,5 centilitros, lo que la convierte en una de las cervezas más limitadas y caras del mundo.

Según Morten Ibsen, responsable de fabricación, la cerveza, que es del tipo Baltic Porter y ha fermentado cien días, puede envejecer durante 50 años, con fecha límite de consumo en 2059. Con un 8,7% de alcohol en volumen, presenta aromas a malta tostada, vainilla y cacao lo que le proporciona una gran complejidad.

"Es adecuada para beber comiendo ostras, mariscos, jamón y quesos fuertes, así como chocolates de alta calidad", comentó Ibsen.

La botella está decorada con cinco litografías originales de Marco Evaristti con el elefante, el símbolo que decora la cervecería de Carlsberg en Copenhague.

Evaristti causó una gran polémica hace unos años al exponer en un museo peces rojos y dejar a la libre elección de los visitantes apretar o no un botón para matarlos. "Elegimos a Marco porque es innovador y lleva hasta el extremo los límites, como nuestra cerveza", cuya próxima edición se espera para 2010 en un formato de una "trilogía única", añadió Ibsen.

Budvar no tiene problemas

Los checos aumentan la producción

En un marco de victorias en los tribunales por la posesión del nombre Budweiser, Budvar ha aumentado su producción un 4,5%, pasando de 1.253.000 hectolitros a 1.321.000, mientras que la producción de cerveza en la República Checa bajó un 2% en el mismo período.

Las exportaciones bajaron un 1% principalmente debido a la cotización de la moneda checa frente al euro. Aún así, los 581.522 hectolitros vendidos en el exterior representan la segunda mejor cifra de la historia de Budvar, sólo superada por el récord de 2007.

Monjes ecológicos

Los budistas construyen un monasterio con botellas

Monjes tailandeses han demostrado que la aspiración de Alfred Heineken de usar botellas de cerveza como material de construcción no era una quimera.

Con un millón y medio de envases recogidos desde 1984, los monjes budistas de la ciudad de Khun Han han conseguido levantar unas 20 edificaciones. Desde un templo hasta un crematorio, pasando por varias salas de oración, baños públicos y sus habitaciones, predomina el verde de Heineken y el marrón de las marcas locales. Perfectas las dos, al parecer, porque no pierden el color, no dejan pasar la luz y son fáciles de limpiar. Las chapas de las botellas han servido para crear mosaicos con la inspiradora imagen de Buda.

El templo figura en las listas oficiales de tours turísticos ecológicos del sudeste asiático.

Marketing viral extremo

Bavaria parodia a sus competidores

El anuncio televisivo de Heineken 'Walk in fridge', en el que una pareja enseña a sus amigos su nueva casa y los hombres consiguen superar a las mujeres en gritos, ha servido a la cervecera holandesa Bavaria para una agresiva y original campaña en Internet.

En el spot de Heineken, el hombre le enseña a sus amigos una habitación repleta de cervezas mientras que la mujer muestra a sus amigas un enorme armario repleto de ropa. La versión de Bavaria comienza con los hombres gritando en la habitación repleta de cerveza, momento en el que otro invitado de la fiesta les encierra y aprovecha para irse solo con las chicas mientras bebe una cerveza de la marca Bavaria.

Este tipo de acciones de marketing viral no son nuevas en Bavaria, ya que durante años ha basado sus campañas en la ironía y en una promoción de cerveza para gente corriente.

En declaraciones a diferentes medios, los responsables de Heineken han desestimado llevar a cabo acciones legales.

"La marca está muy por encima de todo esto. Dedicamos mucho tiempo en hacer nuestra publicidad para que sea inimitable. Solo hay que ver una campaña y la otra", declaró Diego Antoñazas de Toledo director de sponsoring y eventos de imagen de Heineken España.



Imágenes y más información en www.bar-beer.com

