



Die neue Lillet-Kampagne L'APÉRITIF À MA FAÇON

02.12.2020 10:33 CET

Lillet launcht seine erste globale Media Kampagne "L'APÉRITIF À MA FAÇON"

Die französische Aperitifmarke Lillet präsentiert sich mit ihrem neuen Marken-Claim „L'APÉRITIF À MA FAÇON“ in ihrer ersten globalen Kampagne wundervoll vielfältig – eine Inspiration für alle Frauen, ihr Leben und auch ihren Aperitif auf die eigene Art und Weise zu interpretieren.

Lillet steht seit über einem Jahrhundert für französische Lebensart und Aperitif-Kultur. Doch wie genießt man den raffinierten Aperitif? Die Antwort darauf liefert die neu angelegte Media Kampagne! Im neuen TV-Spot und den flankierenden Online Videos präsentiert Lillet seinem weiblichen Publikum die Vielseitigkeit der Marke.

Lillet – Dein Aperitif. Deine Regeln.

Lillet ist einzigartig und gleichzeitig unglaublich vielfältig – das drückt auch der neue Claim „L'APÉRITIF À MA FAÇON“ aus. So schafft der Aperitif ganz individuelle Momente, bei denen die Konsumenten selbst entscheiden können, wie sie ihren Drink zubereiten und genießen möchten. Das Besondere: dank seiner Vielseitigkeit lassen sich mit Lillet und den verschiedenen Zutaten zahlreiche Drink-Variationen mixen, die von fruchtig beerig bis hin zu floral herb reichen. Die von Pernod Ricard lancierte Markenkampagne ist eine Hommage an alle jungen, modernen und engagierten Frauen, die sich – wie Lillet – nicht festlegen möchten. Frauen, die Dinge auf ihre eigene Weise machen und in gewisser Art und Weise Regeln brechen, um sich ihre eigenen zu schaffen. Das gilt für alle Lebensbereiche, auch für die besonderen Genussmomente, in denen Lillet seine wunderbare Vielseitigkeit voll entfalten kann. Denn die einzig richtige Art, Lillet zu trinken ist, wie es moderne Frauen selbst bestimmen. Clémence Kurtz, Head of Brand Management bei Pernod Ricard Deutschland: “Lillet steht für conviviale Aperitif-Kultur und französisches Lebensgefühl. Unsere Kampagne fokussiert sich auf diese Kernwerte und kommuniziert auf selbstbewusste Weise den neuen Marken-Claim "LILLET. L'APÉRITIF À MA FAÇON". Lillet verkörpert Vielfalt und deswegen möchten wir unsere Konsumenten dazu ermutigen, Lillet auf ihre ganz persönliche Art zu genießen.” Diese Denkweise ist tief im Erbe und in der Geschichte von Lillet verwurzelt: Seit der Gründung der Marke im Jahr 1872 stellt die Maison Lillet Frauen in den Mittelpunkt seiner Kommunikation. Auch heute engagiert sich die Marke durch inspirierende Initiativen, wie z.B. "Die Liga der außergewöhnlichen Frauen", ein Kollektiv von Barkeeperinnen mit dem Ziel, die Sichtbarkeit von Frauen in der Bar-Branche zu fördern. Entwickelt wurde die global angelegte Kampagne von McCann London, Regie führte der renommierte Modofilmregisseur Victor Claramunt.

Vielfalt auf allen Kanälen.

Der TV-Spot mit französischem Flair ist ab dem 7. Dezember 2020 on air und damit erstmalig zur Winterzeit auf allen reichweitenstarken TV-Sendern national präsent. Begleitet wird der TV-Spot von einer umfangreichen Digital- und Social Media-Kampagne. Zusätzlich sorgen spezifische Winter-Aktivierungsmaßnahmen bei Pinterest, im Off-Trade und E-Commerce Bereich für maximale Visibilität. Die starke Präsenz auf unterschiedlichen Kanälen soll die Marken-Awareness stärken und dazu anregen, die Vielfalt von Lillet zu entdecken.

Entdecken Sie Lillet und probieren Sie eine der vielen tollen Aperitif-Varianten aus:

Rezept «Lillet Berry»

Zutaten für ein Glas:

- 5 cl Lillet Blanc
- 10 cl Schweppes Russian Wild Berry
- Eiswürfel
- verschiedene Beeren (z.B. 2 Himbeeren und Erdbeeren)

Mixanleitung:

Lillet Blanc in ein mit Eiswürfeln gefülltes Glas geben. Mit Schweppes Russian Wild Berry auffüllen und mit Beeren garnieren.

Rezept «Lillet Vive»

Zutaten für ein Glas:

- 5 cl Lillet Blanc
- 10 cl Tonic Water
- Eiswürfel
- Gurkenscheibe
- Erdbeere
- Minze

Mixanleitung:

Lillet Blanc in ein mit Eiswürfeln gefülltes Glas geben. Tonic Water und eine Gurkenscheibe zugeben. Mit einer Erdbeere und Minze garnieren.

Rezept «Lillet Rosé Tonic»

Zutaten für ein Glas:

- 5 cl Lillet Rosé
- 10 cl Tonic Water
- Eiswürfel
- Limettenscheibe

Mixanleitung:

Lillet Rosé in ein mit Eiswürfeln gefülltes Glas geben. Tonic Water hinzugeben und mit einer Limettenscheibe garnieren.

Weitere Informationen auf unserer Website www.lillet.de oder über [@lillet.de](https://www.instagram.com/lillet.de) auf Instagram.

Über Pernod Ricard Deutschland:

Die Gruppe Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern. Die Fusion der französischen Unternehmen Pernod und Ricard legte 1975 den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Weltweit vertreibt und vermarktet Pernod Ricard mit insgesamt 18.914 Mitarbeitern in 86 Filialen Spirituosen, Weine und Champagner. Auf dem deutschen Markt wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert und vermarktet ein Portfolio von bekannten Premium Marken wie z.B. Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Ballantine's, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu, Lillet und Monkey 47. Der Erfolg des Marktführers in Deutschland basiert natürlich nicht nur auf den starken Marken, sondern genauso auf dem täglichen Einsatz aller 225 Mitarbeiter. Ein vertrauensvoller und transparenter Umgang miteinander steht für die Gruppe Pernod Ricard an erster Stelle. Die alle zwei Jahre stattfindende Mitarbeiterbefragung ergab, dass 94% der Mitarbeiter stolz darauf sind bei Pernod Ricard Deutschland zu arbeiten. Darüber hinaus empfehlen 88% der Mitarbeiter Pernod Ricard als guten Arbeitgeber (Willis Tows Watson Survey, 2017).

Mehr Informationen unter: www. Pernod-Ricard-Deutschland.de

Kontaktpersonen



Birte Wald

Pressekontakt

Senior Communications Manager

Unternehmenskommunikation

presse@pernod-ricard-deutschland.com

+49 221 - 43 09 09 123