



Pernod Ricard Deutschland: Frühjahrspromotion für den Handel

24.01.2022 10:00 CET

Vorfreude auf den Frühling! Pernod Ricard Deutschland schickt Promotion-Aktionen in den Handel

Pernod Ricard Deutschland läutet den Frühling ein und startet die Frühjahrspromotion mit beliebten Klassikern und kreativen Ideen. Ab März sind nicht nur hochwertige Tumbler, sondern zum ersten Mal auch Pflanzenaufhänger im Makramee-Style in den Regalen des Lebensmitteleinzelhandels zu finden. „Wir alle freuen uns auf das Frühjahr und die ersten Sonnenstrahlen – dazu gehört auch ein kühler Drink. Mit unseren Promotion-Bundles und modernen Zugaben schaffen wir das

perfekte Umfeld für diese Momente, steigern den Absatz am Point of Sale (POS) und unterstützen unsere Handelspartner:innen“, erklärt Thomas Drossé, Geschäftsführer Vertrieb & Trade Marketing bei Pernod Ricard Deutschland.

Havana Club sorgt für kubanische Lebensfreude – und das gleich doppelt

Havana Club geht in diesem Frühjahr mit gleich zwei Promotion-Paketen an den Start. Zum unvergleichlichen Klassiker Havana Club 3 Años gibt es den neuen „On-The-Go Drink“ Havana Club Verde & Tonic als Premix in der Dose gratis dazu – that`s fresh! Alles für den perfekten Sommer-Drink bietet der Havana Club Verde Vorteilspack mit Schweppes Indian Tonic Water als Gratis-Zugabe. Mix dir Verde & Tonic! Einfach ein Longdrink-Glas mit Eiswürfeln füllen, Havana Club Verde & Schweppes Indian Tonic Water im Verhältnis 1:2 hinzugeben. Eine Scheibe Grapefruit und frische Minze runden die leichte Erfrischung ab.

Ramazzotti Amaro: Den Klassiker stilecht genießen

Zu einem gelungenen Abend gehört ein Glas Ramazzotti, denn kein Kräuterlikör versprüht mehr italienische Lebensfreude. Aufgrund der positiven Resonanz im letzten Jahr geht das beliebte Ramazzotti Accessoire in die zweite Runde: Der elegante Ausgießer lässt auch zu Hause das Bar-Feeling aufkommen.

Ramazzotti Aperitivo Rosato: Farbenfroh und kreativ

Kreativität steht bei Ramazzotti Aperitivo Rosato hoch im Kurs. Und so kommt der beliebte Aperitif in diesem Frühjahr im angesagten Makramee-Style daher. Passend zum fruchtig-frischen Drink gibt es eine nachhaltige Blumenhalterung für die Lieblingspflanze in den eigenen vier Wänden.

Karibisches Flair für zu Hause - Malibu

Malibu steht wie keine andere Spirituose für Sommer, Strand, Karibik. Der Kokoslikör mit original karibischem Rum aus Barbados macht bereits jetzt Lust auf Strand und Meer. Für das perfekte Karibikfeeling gibt es zu jeder Flasche Malibu ein Ananas-Glas dazu – das macht Lust auf einen Malibu Pineapple.

Chivas Regal und The Glenlivet begleitet von edlen Tumbler

Bei Chivas Regal weiß man: Ein guter Whisky ist ein wahres Kunstwerk. Passend dazu wird dieses Kunstwerk in diesem Jahr mit einem neuen Tumbler mit edlem Chivas Schriftzug gewürdigt. Auch zum Scotch Single Malt Whisky The Glenlivet 12 yo gibt es Tumbler im angesagten Look für gesellige Momente.

Ballantine's Finest: Klassisch genießen

Der Klassiker kommt in Begleitung – das praktische Trägerpack kombiniert Ballantine's Finest und Coca-Cola – zwei Klassiker mit einem Griff für einen der beliebtesten Whisky-Longdrinks.

Auch in diesem Jahr setzt Pernod Ricard Deutschland mit seinen nachhaltigen Verpackungen Maßstäbe. Alle Displays enthalten kein Plastik. Es wird nur Material aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft verwendet und in der Herstellung werden mind. 85 % recycelte Papierfasern genutzt.

Über Pernod Ricard Deutschland:

Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern mit einem Umsatz von 8,824 Millionen im FY 2021. Das Unternehmen verfügt über eines der prestigeträchtigsten und umfangreichsten Portfolios der Branche mit über 240 Premiummarken, die in mehr als 160 Märkten vertrieben werden. In Deutschland 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, Lillet, Malibu, MALFY, Perrier-Jouët, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, und Monkey 47. Der Erfolg in Deutschland basiert natürlich nicht nur auf den starken Marken, sondern genauso auf dem täglichen Einsatz aller 225 Mitarbeiter:innen. Die Unternehmenskultur wird von den drei Kernwerten Unternehmergeist, gegenseitiges Vertrauen und ein Gefühl für Ethik, sowie der Vision „Créateurs de Convivialité“ geprägt. Nachhaltigkeit und Verantwortung sind eine der Geschäftsprioritäten von Pernod Ricard und werden über die gesamte Geschäfts- und Wertschöpfungskette in alle Aktivitäten eingebunden. Die gelaunchte

Roadmap „Good Times from a Good Place“ fördert die Gruppe den Schutz von Anbaugebieten, eine zirkuläre Herstellung, das Wertschätzen von Menschen und eine verantwortungsbewusste Vermarktung. Die jedes Jahr stattfindende Employee Survey ergab, dass sich 81 % der Mitarbeiter:innen in hohem Maße mit dieser Vision identifizieren. Zudem stimmen 86 % zu, dass ihre Arbeit zum Erfolg von Pernod Ricard beiträgt und 80 % sind der Meinung, dass jede:r Créateur de Convivialité die gleichen Chancen im Unternehmen hat (iSay 2.0 Survey, 2021).

Mehr Informationen unter: www.pernod-ricard-deutschland.de

Kontaktpersonen



Birte Wald

Pressekontakt

Communications Manager

Unternehmenskommunikation

presse@pernod-ricard-deutschland.com

+49 221 - 43 09 09 123