vinetur

ST-GERMAIN ने समर स्प्रिट्ज़ बेचने के लिए Sophie Turner पर दांव लगाया

Bacardi के स्वामित्व वाला यह लिकर हल्के कॉकटेल्स को केंद्र में रखकर एक वैश्विक अभियान शुरू कर रहा है, क्योंकि spritz ड्रिंक्स की लोकप्रियता दुनिया भर में बढ़ रही है.

गुरुवार, 7 मई 2026



Bacardi के स्वामित्व वाला फ्रेंच एल्डरफ्लावर लिकर ST-GERMAIN, अभिनेत्री Sophie Turner को सामने रखकर एक वैश्विक समर कैंपेन शुरू कर रहा है। यह अभियान spritz ड्रिंक्स की बढ़ती लोकप्रियता पर आधारित है, क्योंकि उपभोक्ता सामाजिक मौकों के लिए हल्के और अधिक ताज़गी देने वाले कॉकटेल्स की तलाश जारी रखे हुए हैं.

इस अभियान का केंद्र फ्रेंच रिविएरा पर आधारित एक शॉर्ट फिल्म है, जिसमें Turner दोस्तों के साथ बीच पर दिन बिताती हैं, लेकिन मौसम बदल जाता है। हालात बिगड़ने देने के बजाय, वह उस पल को ST-GERMAIN Spritz बनाने और मुलाकात जारी रखने के मौके में बदल देती हैं। ब्रांड का कहना है कि यह फिल्म उसके अनुसार पेय-आदतों में आए व्यापक बदलाव को पकड़ती है : सहज, आरामदेह मेहमाननवाज़ी और ऐसे ड्रिंक्स जो गर्म मौसम के मौकों के अनुकूल हों.

Turner ने एक बयान में कहा कि उनकी योजना गर्मियों का कुछ हिस्सा ST-GERMAIN के साथ रिविएरा पर बिताने की थी, उस शूटिंग शेड्यूल को पूरा करने के बाद जिसे उन्होंने तीव्र लेकिन आनंददायक बताया। उन्होंने कहा कि ST-GERMAIN Spritz उनका आदर्श समर ड्रिंक है, क्योंकि यह हल्का, जीवंत और ताज़गी देने वाला है—चाहे इसे किसी दूरस्थ समुद्र तट पर पिया जाए या घर पर.

यह अभियान ऐसे समय आया है जब spritz ड्रिंक्स की वैश्विक पकड़ लगातार मजबूत हो रही है। ST-GERMAIN ने कहा कि 2025 में दुनिया भर में ST-GERMAIN Spritz के लिए Google search interest 20% बढ़ा, जबकि इसी अवधि में Hugo Spritz के लिए खोजें वैश्विक स्तर पर 58% बढ़ीं। कंपनी ने कहा कि खोज गतिविधि वसंत और गर्मियों में चरम पर होती है, जिसे उसने spritz season बताया.

ST-GERMAIN की global vice president Emma Fox ने कहा कि ब्रांड यह दिखाना चाहता था कि लोग अब किस तरह मेलजोल कर रहे हैं, जहां सरल मिलन और अचानक बने पलों पर ज्यादा जोर है। उन्होंने कहा कि Turner के साथ यह अभियान इस विचार को दिखाने के लिए बनाया गया था कि कोई भी मौसम चाहे जैसा हो, ST-GERMAIN Spritz के साथ cocktail hour होस्ट कर सकता है.

कंपनी इस अभियान से जुड़ी समर एक्टिवेशंस की एक श्रृंखला भी योजनाबद्ध कर रही है, जिसमें pop-ups और दुनिया भर के creators से आने वाली सामग्री शामिल होगी। प्रमुख आयोजनों में से एक जुलाई और अगस्त में Cannes में होने वाला Riviera Club pop-up होगा, जहां आगंतुक फ्रेंच तट से प्रेरित माहौल में इस ड्रिंक का स्वाद ले सकेंगे। गर्मियों के बाद के हिस्से में ST-GERMAIN एक fashion collaboration पेश करेगा, जो इस प्रयास का हिस्सा होगा कि ड्रिंक को केवल कॉकटेल सामग्री नहीं बल्कि एक व्यापक lifestyle image का भी हिस्सा बनाया जाए.

ST-GERMAIN ने कहा कि उसका signature spritz 40 ml elderflower liqueur, 60 ml dry sparkling wine, 60 ml soda और lemon peel से बनाया जाता है। ब्रांड खुद को एक फ्रेंच लिकर बताता है, जिसकी प्रत्येक 750 ml बोतल में हाथ से चुने गए 1,000 तक elderflowers इस्तेमाल किए जाते हैं, और कहता है कि इसके स्वाद में pear, grapefruit और tropical fruit के नोट्स शामिल हैं.