vinetur

Dos Hombres sponsorizzerà ArtPrize 2026 a Grand Rapids.

Il marchio di agave sostenuto da celebrità sarà presente in tutta la città durante un festival che nel 2025 ha attirato oltre 900.000 visitatori.

mercoledì 9 settembre 2026



Dos Hombres, il marchio di distillati d’agave fondato dagli attori Bryan Cranston e Aaron Paul, sarà sponsor ufficiale di ArtPrize 2026 a Grand Rapids, Michigan, portando il brand nei bar e nei ristoranti aderenti in tutta la città durante uno dei maggiori eventi pubblici dedicati all’arte del Paese, hanno განაცხადა gli organizzatori martedì.

La partnership collega un’azienda di spirits in rapida crescita a un festival diventato una grande attrazione per il Michigan occidentale. ArtPrize ha affermato che l’evento ha richiamato oltre 900.000 visitatori nel 2025 e prevede che anche quest’autunno Grand Rapids tornerà a trasformarsi in un palcoscenico cittadino per installazioni artistiche, performance e incontri pubblici. L’edizione di quest’anno è in programma dal 18

settembre al 3 ottobre, preceduta da una settimana di anteprima dal 12 al 17 settembre.

Con la sponsorizzazione, i prodotti Dos Hombres compariranno nei locali dell'ospitalità che partecipano ad ArtPrize, ampliando la presenza del marchio oltre i canali tradizionali della distribuzione e inserendolo nei ristoranti e nei bar che fanno da punto di ritrovo durante il festival. Gli organizzatori hanno detto che ulteriori dettagli sulle sedi partecipanti e sulla programmazione del fine settimana di chiusura saranno resi noti in seguito.

L'annuncio arriva mentre Dos Hombres amplia la propria attività oltre la linea di mezcal lanciata nel 2019. La società ha dichiarato di essersi espansa nel tequila nel 2026, una mossa che segnala una spinta più ampia nella categoria dei distillati d'agave. La sponsorizzazione di ArtPrize offre al marchio accesso a un vasto pubblico in un contesto di evento dal vivo, in un momento in cui le aziende del beverage fanno sempre più affidamento su bar, ristoranti e collaborazioni culturali per costruire la notorietà presso i consumatori.

Il direttore esecutivo di ArtPrize Tyler Loftis ha detto che l'impronta dell'evento ha sempre fatto affidamento sulla città nel suo complesso, non solo sugli spazi espositivi formali. In una nota, ha affermato che ristoranti, bar, attività commerciali e spazi pubblici diventano tutti parte dell'esperienza ArtPrize quando Grand Rapids si riempie di visitatori e artisti. Ha aggiunto che l'attenzione di Dos Hombres per l'artigianalità rende l'azienda un abbinamento naturale per il festival.

Cranston dovrebbe recarsi a Grand Rapids per il fine settimana di chiusura di ArtPrize, il 3 ottobre. Gli organizzatori hanno detto che parteciperà all'ArtPrize Awards Celebration e al VIP Awards Reception, visiterà le installazioni, incontrerà i membri della comunità creativa locale e contribuirà a riconoscere uno degli artisti vincitori durante il programma serale. È inoltre previsto che tenga un seminario privato per studenti delle scuole superiori e universitari dell'area, incentrato sulla recitazione, sullo storytelling e sul processo creativo.

In una dichiarazione diffusa insieme all’annuncio, Cranston ha detto che l’arte porta “gioia ed equilibrio” nella vita delle persone e ha aggiunto di attendere con entusiasmo di vedere Grand Rapids trasformata dall’energia creativa del festival. La sua presenza aggiungerà probabilmente una componente da celebrità a un evento che già attira ampia attenzione pubblica, anche se la sponsorizzazione mira anche a rafforzare il posizionamento del marchio nei contesti dell’ospitalità in tutta la città.

Questa enfasi sul canale on-premise è significativa per il settore degli spirits. Bar e ristoranti svolgono spesso un ruolo centrale nel modo in cui i consumatori incontrano per la prima volta nuovi prodotti, soprattutto in categorie premium come mezcal e tequila, dove bartender e cocktail program possono influenzare la prova e gli acquisti ripetuti. Dos Hombres ha affermato che il settore dell’ospitalità è stato importante per la sua crescita, e la rete di ArtPrize offre un’occasione concentrata per raggiungere visitatori e residenti locali in un periodo di forte afflusso di pubblico.

Dos Hombres è stata creata da Cranston e Paul, diventati noti al grande pubblico come protagonisti della serie televisiva “Breaking Bad”. L’azienda si presenta come un’attività di distillati d’agave radicata a Oaxaca, in Messico, e afferma che il suo mezcal è prodotto con agave espadín proveniente dalle colline vicino a San Luis del Rio. L’identità pubblica del marchio ha unito la proprietà di celebrità a un’attenzione per l’artigianalità, un posizionamento comune tra le etichette di spirits premium più recenti che cercano di distinguersi in un mercato affollato.

ArtPrize, fondato nel 2009, opera come concorso ed esposizione di arte pubblica senza scopo di lucro. L’ingresso è gratuito e l’evento si svolge in numerose sedi e spazi pubblici di Grand Rapids. Nel corso degli anni, la manifestazione è diventata un importante motore culturale e turistico per la città, riunendo artisti nazionali e internazionali con imprese locali, sponsor e visitatori. Il suo formato aperto e diffuso in tutta la città lo ha reso inoltre attraente per i marchi di consumo in cerca di una visibilità su larga scala legata alla cultura e al territorio.

L’accordo con Dos Hombres riflette una tendenza più ampia nelle sponsorizzazioni, in cui i marchi del beverage cercano partnership che inseriscano i prodotti in esperienze vissute e non solo in campagne pubblicitarie. In questo caso, l’azienda sarà presente

dove molti visitatori di ArtPrize probabilmente trascorreranno il tempo tra una mostra e l’altra e tra le performance: ristoranti, bar e spazi di socialità nel centro città e nei quartieri circostanti.

Né ArtPrize né Dos Hombres hanno reso noti i termini finanziari dell’accordo. Le organizzazioni non hanno neppure detto quanti locali prenderanno parte all’attivazione né quali prodotti Dos Hombres saranno messi in evidenza. Questi dettagli sono attesi prima dell’inizio del festival.

Per le imprese di Grand Rapids, l’iniziativa potrebbe portare un flusso aggiuntivo di clientela durante uno dei periodi più intensi del calendario culturale locale. Per Dos Hombres, offre una piattaforma nel Midwest in un momento in cui l’azienda sta cercando di definirsi come qualcosa di più di un marchio di mezcal legato a una celebrità e di presentare ai consumatori un portafoglio più ampio di agave. Per ArtPrize, la sponsorizzazione aggiunge un altro partner corporate direttamente collegato all’esperienza dei visitatori che si sviluppa in tutta la città.