



Puerto de Monterosso (Spezia), localidad que ha nombrado a Bitter Rosso aperitivo oficial. / BITTER ROSSO

## Cuando una campaña de publicidad involucra a todo un municipio

VICENTE RUIZ

**MONTEROSSO (SPEZIA).**— Lejos de los grandes festivales publicitarios y sin contar con escaparates como la televisión o la prensa, las marcas más pequeñas también tienen que vender sus productos. Y si no se cuenta con un gran presupuesto para desarrollar una campaña faraónica, hay que recurrir a la imaginación.

Bitter Rosso, el hermano más humilde de la familia Coca-Cola, ha desarrollado una original iniciativa para dar a conocer esta olvidada bebida y disputar la posición hegemónica que tiene sobre el mercado su gran rival, Bitter Kas.

La marca ha involucrado a todo un pueblo en una iniciativa rompedora en la que se aprovechan de la similitud fonética entre

la localidad, Monterosso (Spezia, Italia), y la marca, Bitter Rosso. Carlos Chaguaceda, *brand manager* de la firma, rastreó el mapamundi en busca de esa identificación sonora hasta que dio con este pequeño y recóndito municipio de la costa italiana.

Chaguaceda propuso a su alcalde que nombrara a la bebida aperitivo oficial del pueblo, que a su vez conseguiría así promocionarse en España como destino turístico.

Para dotar de simbolismo a esta singular iniciativa inventaron una celebración popular: la fiesta del limón. En ella, este fruto, tradicional de la zona, se mezclaba en los escaparates junto a botellines de Bitter Rosso ante la incredulidad de los vecinos, que jamás habían

oído hablar de esta bebida.

«Está buena», decía uno. «Tiene un sabor peculiar», comentaba otro tras probarla por primera vez. Y es que esta bebida era completamente desconocida para los habitantes de Monterosso. En cualquier caso, su implantación en Italia no está entre los objetivos (al menos de momento) de la marca.

De momento, pretenden seguir desarrollando estrategias de comunicación que se signifiquen por su originalidad. Antes de viajar a esta idílica región, Chaguaceda ya había empezado a agitar el nombre de Bitter Rosso por la Red con otras acciones como la creación de un *blog* corporativo ([www.marketinginsurgente.com](http://www.marketinginsurgente.com)) que difunde las iniciativas de comunicación de la marca.