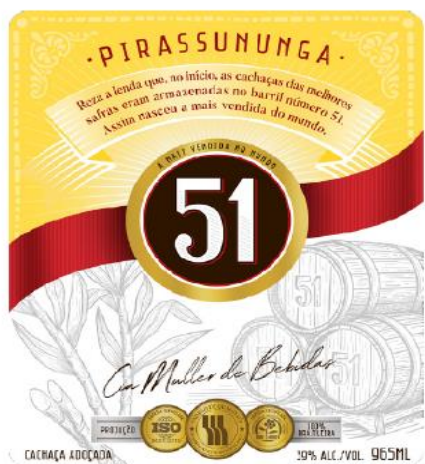


Cia Müller de Bebidas apresenta nova identidade de marca para a Cachaça 51

A cachaça mais vendida no mundo está com novo rótulo, com elementos visuais que remetem à origem do produto, como a volta do nome da cidade Pirassununga

Pirassununga, 10 de Setembro de 2020 - A Cia Müller de Bebidas (www.ciamuller.com.br), lança no mercado brasileiro a nova identidade de marca da linha Cachaça 51. O desenho possui características da origem da fabricação do produto. Ganham destaque ilustrações de barris de cachaça e cana de açúcar, além de uma das lendas que remetem ao storytelling sobre o nome Cachaça 51. Outro ponto marcante é a volta do nome Pirassununga, em destaque, cidade do interior de São Paulo que é a sede da Cia Müller de Bebidas.

A Cia Müller de Bebidas completou 61 anos de atuação neste ano. A empresa parte



para um novo posicionamento e coloca as pessoas que consomem seus produtos no centro da estratégia. “Somos a maior produtora de cachaça do mundo, temos a melhor tecnologia e produtos inovadores. Resolvemos ir além, pois ninguém no mercado conhece mais o consumidor de cachaça que nós. Ouvimos os consumidores e entendemos que mostrar as origens da Cachaça 51 é estratégico e relevante. Nosso objetivo é o *customar centric*. Mais que uma tendência, na Müller este processo já é realidade”, afirma o presidente da Cia Müller de Bebidas, José Aidar Neto.

O clássico círculo, com o número 51 ao centro, continua, mas a tipografia do número foi alterada e está sobre um fundo marrom escuro, tudo para remeter à origem da fabricação do tradicional destilado brasileiro. Os traços foram alongados e as cores ficaram mais vibrantes e modernas, alinhadas aos rótulos dos principais destilados do mercado. Outra novidade é a assinatura da Cia Müller de Bebidas, como manuscrita, retratando o orgulho e a confiança que os colaboradores da Cia Müller de Bebidas sentem em produzir a 51. Os selos mostram importantes certificados globais de qualidade.

Motivo de questionamento dos consumidores, o nome “Cachaça 51” sempre foi perguntado na empresa ao longo dos mais de 60 anos de história. Agora, a marca possui em seu rótulo uma das lendas que contam a história: “Reza a lenda que, no início, as cachaças das melhores safras eram armazenadas no barril número 51. Assim nasceu a mais vendida do mundo”.

A alteração na identidade visual da Cachaça 51 significa colocar pessoas no centro da estratégia da empresa, dentro do espírito inovador da marca, além de levar o nome do Brasil para todo o mundo, sendo um símbolo de sucesso da indústria nacional de bebidas.

O novo rótulo estará presente em toda a linha 51, a partir de setembro de 2020, nos produtos Cachaça 51, 51 em Lata, 51 Seleção e 51 Ouro, num primeiro momento. Para os demais produtos da linha o rótulo será inserido num segundo momento, ainda sem data definida.

O processo de criação do novo rótulo

Tudo começa com “por quê”. A Cia Müller de Bebidas, por meio das suas pesquisas atuais de percepção de mercado e seus 61 anos de história, construiu uma relação de confiança dos seus consumidores. “Nossos consumidores admiram a Cachaça 51 pois temos um propósito, uma causa, contamos nossa história de forma simples, autêntica e inspiradora”, conta Rodrigo Maia Carvalho, Diretor Comercial da empresa e complementa “O objetivo do redesign portanto, não é simplesmente atrair quem gosta de nossos produtos, mas sim construir relações com quem acredita nas mesmas coisas nós” finaliza.



A construção do novo rótulo da Cachaça 51 levou em consideração as percepções dos consumidores, tanto do ponto de vista racional, mas principalmente as análises do sistema límbico cerebral, também conhecido como cérebro emocional - um conjunto de estruturas localizado no cérebro, abaixo do córtex, sendo responsável por todas as respostas emocionais. Com base nesses resultados e nas percepções positivas, o novo rótulo da Cachaça 51 foi desenvolvido e, agora, apresentado ao mercado mundial.

Cachaça 51: popularidade e liderança

Na birosca da periferia ou no barzinho da moda dos bairros mais sofisticados de todo o mundo, no carrinho de praia ou no restaurante do hotel cinco estrelas, pura ou servindo de base para drinques, a Cachaça 51 está presente em mais de um milhão de pontos de venda por todo o País e no mundo, na qual é líder absoluta em um mercado disputado por mais de 4 mil marcas.

Junto a sua produtora, a Companhia Müller de Bebidas, a Cachaça 51 completou recentemente, em 2010, 61 anos de histórias, tendo bons motivos para festejar: é a preferida e a mais lembrada por consumidores de diferentes classes sociais e faixas etárias, que consomem, em média, 374 mil doses por hora.

Com uma produção diária de meio milhão de litros, a 51 responde por 25% da cachaça comercializada no território nacional. Representa, também, 35% do volume de destilados consumidos no País. Entre as bebidas alcoólicas, perde apenas para a cerveja e seu consumo supera 10 vezes o de vodca e 13 vezes o de uísque. Como imaginado, é o carro-chefe da Cia Müller de Bebidas.

A popularidade e a liderança não se restringem ao Brasil. As exportações da Cachaça 51 já chegam a 56 países em todos os continentes, com destaque para Portugal, Espanha, Itália e Estados Unidos. Um levantamento feito pela revista The Millionaire's Club, em 2018, coloca a 51 na 12ª posição no volume mundial de vendas, à frente de bebidas de prestígio em todo o mundo.

O sucesso da Cachaça 51, que eternizou o slogan de 1978 – “51 uma boa ideia” – pode ser visto nas pesquisas de mercado, em que alcança um dos mais altos índices de lembrança, e também na preferência popular e de críticos especializados. Em 2018, a bebida foi eleita, pela quarta vez consecutiva, a campeã das cachaças, no concurso “O melhor de São Paulo”, promovido pelo jornal Folha de São Paulo. A Cachaça 51 também inspirou a Companhia Müller de Bebidas a ampliar a oferta de produtos ao mercado.

Todas são 100% produzidas pela Companhia Müller de Bebidas, que mantém três unidades – duas em São Paulo e outra em Pernambuco– onde adota as mais modernas técnicas de fabricação e controle de qualidade. Em São Paulo estão a unidade Lageado, em Porto Ferreira, onde foi montada uma agroindústria que inclui o plantio de cana-de-açúcar para alimentar a produção e a Unidade Taboão, em Pirassununga, que abriga a sede da companhia e a sua maior engarrafadora. No município de Santo Agostinho, em Pernambuco fica a unidade Nordeste, que funciona de forma autônoma. Ao todo, a companhia emprega 1.300 funcionários e gera praticamente quatro vezes mais do que isso em empregos indiretos.

Uma linha com a força da marca 51

O carro-chefe da Companhia Müller de Bebidas é a Cachaça 51, consumida em mais de um milhão de pontos de venda por todo o País, de botecos a restaurantes de luxo, além de ser exportada para 56 países de todos os continentes.

Atenta ao mercado, que pesquisa continuamente, a empresa abriu o leque de opções para atender públicos variados, sempre com qualidade. No catálogo de produtos hoje disponíveis figuram:

51 Caipirinha Mix: cachaça acompanhada de sachê com açúcar e suco de limão em pó, para preparar o mais tradicional aperitivo brasileiro;

51 Ouro: resultado de matérias-primas selecionadas que conferem sabor especial;

51 Mel: que também leva um toque de limão, tornando-se uma versão mais leve que a cachaça tradicional;

51 Ice: feita com aguardente e água gaseificada nos sabores Balada (extrato de guaraná), Fruit Mix (morango e laranja), Maracujá, Limão, Tangerina e Kiwi;

51 Internacional: com graduação alcoólica de 40% vol. e sem adição de açúcar, destinada à exportação;

51 Gold: envelhecida, tem cor amarelo dourado, notas florais e de baunilha, além do aroma de carvalho, é indicada como aperitivo e digestivo;

51 Assinatura: combina aromas complexos para uma verdadeira experiência sensorial, em quatro possibilidades: Amaro, Jambu, Smoked e Licor;

Reserva 51: cachaça premium 100% envelhecida em barris de carvalho americano, com diferentes finalizações, nas opções Única, Rara e Singular, conforme o tipo de madeira em que o envelhecimento foi finalizado;

Kit Reserva 51: oferece garrafas nas versões Única, Rara e Singular;

Reserva 51 Carvalho Americano: envelhecida em carvalho americano de primeiro e único uso, apresenta um bouquet com notas de carvalho tostado, baunilha, coco e caramelo.

Sobre a Cia Müller de Bebidas

A Cia Müller de Bebidas é a maior produtora de Cachaça do mundo e proprietária do ícone nacional, a Cachaça 51. A empresa opera no Brasil desde 1959, na cidade de Pirassununga, interior de SP. A Cia Müller de Bebidas conta com uma das maiores e mais avançadas destilarias unitárias de cachaça do mundo, e pode ser comparada com as grandes companhias internacionais, em função de seus altos padrões de produção, tecnologia e controle de qualidade.

“Beba com Moderação®”

Para mais informações, acesse: <https://www.ciamuller.com.br>