



¡El Águila Imperial se puso de cabeza!

CERVEZA IMPERIAL LANZA LLAMADO DE FUERZA Y RESILENCIA ENTRE LOS COSTARRICENSES

- Con 94 años en el mercado nacional la icónica *Cerveza Imperial* nunca había realizado un cambio de este tipo.
- Marca desea recuperar el *Pura Vida* y calar con un mensaje claro que se remonta a la esencia de tan conocida frase que representa una manera de vivir y refleja la razón por la cual nuestro país fue nombrado como una de las naciones más felices del mundo.

SETIEMBRE 2020. Imperial, la cerveza de Costa Rica, siempre se ha caracterizado por llegar a todos los rincones del país, formar parte de las celebraciones más icónicas, representar la esencia del ser tico y el estilo de vida *Pura Vida* que se refleja en cada ciudadano.

Son todas estas características las que llevaron a la marca a alzar la voz con un mensaje claro, acompañado de un cambio de imagen nunca antes visto, el cual radicó en dar la vuelta a su emblemática etiqueta, que ahora puede ser apreciada cabeza abajo en botellas, vallas, camiones y otros materiales.

Contrario a lo que muchos pensaron, esta iniciativa donde se observa la conocida Águila Imperial “de cabeza” no fue un error, sino más bien, una acción con un objetivo claro donde **Imperial** desea realizar un llamado de fuerza, resiliencia y positivismo entre los costarricenses bajo una premisa clara: “El país está atravesando por momentos difícil que nos tienen de cabeza” pero juntos saldremos adelante con base en nuestra esencia *¡Pura Vida!: trabajo y paz*”.

“Queremos hacer una aclaración sobre un tema que ha generado mucha conversación y explicarles que no se trata de ningún error. Colocamos la etiqueta así para hacer alusión a que durante muchos meses hemos sentido que el mundo se puso de cabeza y ésta es nuestra forma de enviarles el siguiente mensaje: **Aunque el mundo esté de cabeza, lo enderezamos juntos**. Así como somos capaces de darle vuelta a una botella de Imperial para ver el logo de su etiqueta como debe ser, también podemos darle vuelta a lo que estamos viviendo. ”, destacó Gisela Sánchez, directora de Relaciones Corporativas de FIFCO.

La necesidad de volver a nuestra esencia: el *Pura Vida* y calar con un mensaje claro se remonta al origen de tan conocida frase que representa una manera de vivir y refleja la razón por la cual nuestro país fue nombrado como una de las naciones más felices del mundo y un líder mundial en sostenibilidad, desarrollo humano y paz.



Esta campaña pretende llegar a todos por igual, sin importar si gustan o no de la cerveza, dejando atrás un objetivo comercial y permeando en cada uno de los costarricenses con un llamado para retomar esas palabras que siempre han reflejado nuestra esencia y forma de ver la vida aún en medio de las mayores adversidades.

“Hoy, más que nunca, nos toca reinventarnos y soñar en grande, somos costarricenses y no es la primera vez que enfrentamos grandes retos juntos. Desde nuestra empresa estamos tomando todas las medidas para ayudar a la reactivación comercial, turística y social de nuestro país, justo donde más se necesita nuestro *Pura Vida*, ese que es único y que nos impulsa como ticos a *jalarnos* hacia arriba en los momentos difíciles”, finalizó Sánchez.

Esta acción no se convertirá en un esfuerzo aislado de la compañía por calar con este mensaje tan importante, sino que en los siguientes días se estarán dando a conocer más elementos con relación a tan significativa iniciativa país.

Acerca de Imperial:

Imperial nace en el año 1924 y actualmente **cuenta con cinco extensiones** de línea para todos los gustos y estilos de vida de sus consumidores: Imperial, Imperial Silver, Imperial Light, Imperial Cero e Imperial Ultra. Imperial es una marca referente en Costa Rica y la región, reconocida y preferida no sólo por ofrecer eventos y experiencias únicas, sino también por su diversidad de inigualable sabor, así como por sus iniciativas en materia de sostenibilidad.

Contacto de prensa: