

A photograph of two hands clinking beer cans at a festival. The cans are white with green accents and the word 'Eazy' is visible on the left one. The background is a blurred crowd of people under a clear sky.

# 27 EAZY

La primera cerveza del mundo hecha a gran escala con malta de agricultura regenerativa.



CERVECERÍA  
Y MALTERÍA  
QUILMES

## **CATEGORÍA 12: LANZAMIENTO DE PRODUCTO**

Incluye la planificación, organización y difusión en los medios de lanzamientos de productos y/o servicios.

### **CAPÍTULO**

Argentina

### **NOMBRE DE LA CAMPAÑA**

27 EAZY. La primera cerveza del mundo hecha a gran escala con malta de agricultura regenerativa.

### **NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN**

CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES

### **DEPARTAMENTO, ÁREA QUE DESARROLLÓ EL PLAN**

Marketing

Asuntos Corporativos

Agro

Six Senses, agencia de prensa

### **PERSONA/S RESPONSABLE/S DEL PLAN DE COMUNICACIÓN**

Joaquín Esandi, director de Marcas Craft

Valentina del Río, brand manager de Marcas Craft

Luz Saravia, jefa de marca Cerveza 27

Mercedes Bressa, gerenta de Comunicaciones Externas y Reputación

Vanesa Vázquez, gerenta de Crecimiento Inclusivo y Sustentabilidad

Mercedes Mistorni, directora general de Six Senses

### **SÍNTESIS:**

Lanzamos 27 Eazy, la primera cerveza del mundo hecha a gran escala con malta de agricultura regenerativa. Esta historia comenzó hace 10 años, nació de la búsqueda de Charly Alberti de crear una cerveza sustentable y se gestó mediante su alianza con Cervecería y Maltería Quilmes. Pensando en un producto con conciencia ambiental, trabajamos junto a 23 de nuestros productores de cebada para que adopten prácticas de agricultura regenerativa, que restablece la salud del suelo y aumenta la captura de carbono.

## INTRODUCCIÓN:

Somos Cervecería y Maltería Quilmes, una de las compañías de bebidas más importantes de la región, especializada en la elaboración de cervezas, vinos, espumantes, sidras, gaseosas, isotónicos, aguas, aguas saborizadas y energizantes.

Con 132 años de historia en la Argentina, contamos con más de 6.000 colaboradores en todo el país, 10 cervecerías y plantas de gaseosa, 1 bodega, 2 malterías, 1 chacra de lúpulo, 1 fábrica de tapas, 9 oficinas de venta directa y 9 centros de distribución. Trabajamos con una red de más de 6.000 proveedores PyMEs y 170 distribuidores abasteciendo más de 200.000 puntos de venta.

Trabajamos diariamente para innovar poniendo siempre a la gente y al planeta en el centro de nuestras decisiones. Queremos generar experiencias positivas con cada uno de nuestros productos y contribuir al desarrollo económico, social y ambiental de nuestro país.

En los últimos años, los impactos de la crisis climática hicieron evidente la necesidad de un cambio de paradigma. La conciencia ambiental crece en los individuos, las comunidades y las organizaciones. Desde Cervecería y Maltería Quilmes estamos comprometidos a ser parte de la solución, para impulsar una nueva manera de producir y consumir.

Nos propusimos dar un paso más en el concepto de sustentabilidad, entendiendo que ya no se trata solo de sostener y cuidar lo que tenemos, sino también de impulsar la colaboración y la regeneración. Hoy hablamos de Crecimiento Inclusivo, un cambio de paradigma que plantea una mirada más amplia, poniendo en el centro del negocio a las personas y al ambiente para crear negocios de triple impacto. Estamos convencidos de que la sustentabilidad es el negocio.

En línea con el desarrollo de nuestra gestión de triple impacto, Charly Alberti, músico ex integrante de Soda Stereo y fundador de la organización R21 que busca contribuir al desarrollo sustentable de América Latina a partir de la educación ambiental, nos compartió un sueño: crear un proyecto que proponga una mirada consciente del consumo. Por nuestra larga tradición cervecera y por nuestro compromiso de innovación atravesada por la sustentabilidad, Charly nos eligió para hacer realidad esta utopía. Así lanzamos 27 EAZY, la primera cerveza del mundo elaborada a gran escala con malta de agricultura regenerativa.

### **Conscientes de estas cifras, pensamos cómo podíamos aportar:**

- En 2022, por octavo año consecutivo, la temperatura media mundial superó los niveles preindustriales en más de 1.1 grados y las concentraciones de gases de efecto invernadero continúan en alza.
- Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el 67% de las emisiones de estos gases están asociadas a una forma de vida y de consumo, por lo que la transformación de hábitos y formas de producir es central para mitigar el cambio climático.
- Entre el 60 % y el 70 % de los ecosistemas del mundo se están degradando más rápido de lo que pueden recuperarse, según un informe del Banco Mundial 2022.

La crisis climática implica acción urgente, no solo para preservar lo que existe, sino para regenerar lo dañado y recuperar ecosistemas. Desde Cervecería y Maltería Quilmes apuntamos a transformar la manera en la que hacemos las cosas, incluyendo a nuestra enorme comunidad, y hacer parte a los consumidores, acercándoles productos sostenibles que sean una alternativa para consumir responsablemente y lograr la prosperidad de las personas y el planeta.

## **ESTRATEGIA:**

**Con el desafío de generar impacto positivo: LANZAMOS 27 EAZY, la primera cerveza del mundo elaborada a gran escala con malta de agricultura regenerativa.**

**Deseando transformar la manera en que hacemos las cosas, buscando cuestionarlo todo,** encontramos formas sostenibles de producir, nos unimos a Charly Alberti, músico ex integrante de la banda Soda Stereo y activista ambiental, y creamos una cerveza diferente en busca de un futuro mejor. Pusimos a disposición nuestra experiencia e infraestructura y nos comprometimos a crear la primera cerveza elaborada a gran escala con malta de agricultura regenerativa.

En este camino pusimos a los productores de cebada en el centro y apoyamos la transformación necesaria hacia la agricultura regenerativa de 23 de nuestros productores, garantizándoles la compra de su cosecha a largo plazo, para que puedan adoptar estas buenas prácticas agropecuarias. Este tipo de agricultura, en estas 570 hectáreas de la provincia de Buenos Aires, restablece la salud del suelo con un enfoque sistémico: procura el suelo siempre verde, rotación de cultivos y la reducción progresiva de insumos e interacción biológica.

### **Charly Alberti el aliado clave, la inspiración necesaria:**

- Porque, además de ser un músico importante en la historia del rock argentino, ex baterista de Soda Stereo, también es creador de R21, fundación con la que se propone contribuir al desarrollo sustentable de América Latina a partir de la educación sobre el cambio ambiental global.
- Por su mirada consciente y responsable sobre el planeta que está alineado al camino de transformación que estamos recorriendo como compañía. Compartimos el deseo de innovar, con consistencia, colaboración y creatividad.
- Porque lo viene soñando hace 10 años y nos dimos cuenta de que, en conjunto, podíamos hacer realidad esta utopía: crear una cerveza diferente pensada con una mirada de triple impacto.

### **27 EAZY abrió las puertas a una nueva manera de hacer cerveza, con enfoque sustentable:**

- Apoyamos la transición hacia agricultura regenerativa de 23 productores agropecuarios que ocupan 570 hectáreas de la Provincia de Buenos Aires.
- Garantizamos la compra de su cosecha a largo plazo, contribuyendo a la necesaria transformación hacia la agricultura regenerativa.
- Involucramos a nuestros consumidores ofreciendo un producto que colabora con la regeneración del suelo y la captura de carbono.

Con el objetivo de dar a conocer el lanzamiento de nuestra cerveza y su valor agregado, realizamos una campaña de comunicación externa con distintas instancias de amplificación, que presenta esta marca y producto innovadores e invita a la gente a consumir de otra forma, alcanzando al público de forma masiva.

### **Nuestra audiencia: personas que quieren un futuro diferente**

- Los más de 90 expertos y personas influyentes en sustentabilidad invitados a los eventos de lanzamiento realizados en diferentes plazas de país: Buenos Aires, Córdoba y Rosario. Próximamente estaremos llegando a Corrientes y, a partir de julio, cerveza 27 estará disponible en todo el país.
- Las más de 28 mil personas que asistieron a los eventos MUSIC WINS, Cosquín Rock, Bioferia y Rock en Baradero.

- Las casi 1.4 millones de personas que siguen nuestras redes externas de Cerveza 27, Cervecería y Maltería Quilmes, Charly Alberti y Martín Ticinese, presidente de Cervecería y Maltería Quilmes: LinkedIn, Instagram y Facebook.
- La audiencia de los medios digitales y prensa Tier 0 y 1 que cubrieron con exclusividad este lanzamiento en las secciones Sustentabilidad, Economía y Gastronomía.
- Toda una generación que no quiere repetir fórmulas, que se cuestiona todo y que está dispuesta a adoptar nuevas maneras transformadoras. A este público apunta 27: hombres y mujeres de 25 a 45 años, un consumidor urbano, social, curioso, innovador y consiente sobre lo que pasa a su alrededor.

### Canales: ¿cómo amplificamos esta historia que involucra al planeta entero?

- **Medios y prensa:** Difusión de notas y entrevistas en distintos medios de comunicación radiales, gráficos y online en distintas regiones del país.
- **Redes sociales:** LinkedIn, Instagram y Facebook, canales oficiales de Cerveza 27, Cervecería y Maltería Quilmes y de Charly Alberti, donde compartimos el lanzamiento, características de la cerveza y acciones relacionadas.
- **Eventos:** Eventos de lanzamiento en diferentes provincias, para difundir nuestra nueva cerveza y su propósito.
- **Vía pública:** Intervención de carteleras en más de 400 puntos estratégicos de Gran Buenos Aires y Córdoba.

### TÁCTICAS Y ACCIONES:

#### ¿CÓMO LO COMUNICAMOS?

1. **Claim: innovar con la mirada puesta en el largo plazo**  
27 EAZY: la primera cerveza elaborada a gran escala con malta de agricultura regenerativa. Fue la campaña de lanzamiento que unió nuestro propósito como compañía con el sueño de Charly Alberti y el deseo de acercar a nuestros consumidores un producto elaborado de forma sustentable.
2. **Eventos de lanzamiento: celebrar esta utopía hecha realidad**  
Quisimos dar a conocer esta utopía hecha realidad. Por eso, realizamos 3 eventos de lanzamiento en diferentes provincias: Buenos Aires, en Galería Ruth Benzacar; Rosario, en Usina Social; y, Córdoba, en Bithouse. En cada uno de ellos, contamos con la presencia de Charly Alberti, el que impulsó esta gran idea, y Joaquín Esandi, director de Marcas Craft. Además, en el evento realizado en Buenos Aires, contamos con el acompañamiento especial de Martín Ticinese, presidente de Cervecería y Maltería Quilmes. Por último, el próximo lanzamiento lo haremos en Corrientes y, a partir de julio, 27 EAZY estará disponible en todo el país.



### 3. Redes Sociales: expandir la conciencia

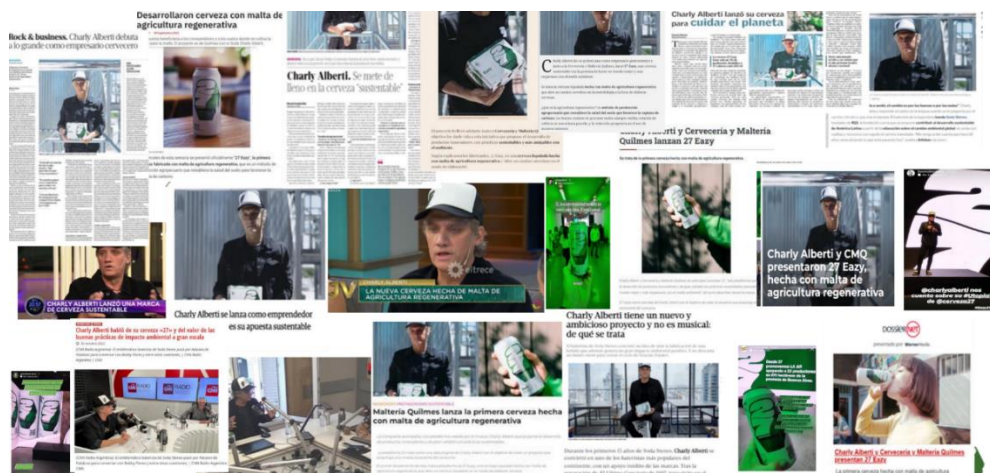
Hicimos masivo el lanzamiento de 27 EAZY, la primera cerveza elaborada con malta de agricultura regenerativa, llegando a casi 1.4 millones de usuarios. Compartimos en las cuentas de Instagram, LinkedIn y Facebook de Cervecería y Maltería Quilmes, Cerveza 27 y Charly Alberti: el lanzamiento, las características que hacen diferente a 27 EAZY y reflexionamos acerca de este nuevo modo de producir que propone una mirada consciente y activa sobre la salud de nuestro planeta.

Por último, también se realizó un envío de kits de marca para que 30 de nuestros influencers conozcan el nuevo lanzamiento y lo compartan con sus seguidores.

### 4. Medios y prensa: profundizar la iniciativa para llegar a todos los públicos

Logramos una cobertura orgánica en medios gráficos y online, redes sociales, televisión y radio. Alcanzamos 223 repercusiones en medios nacionales Tier 0 y 1 sin inversión, así como internacionales de España, Uruguay y México. Con esta cobertura, alcanzamos a más de 18.4 millones de personas. Difundimos notas de prensa, al mismo tiempo que Charly Alberti, fundador de 27 EAZY, brindó entrevistas en diferentes medios como Canal 13, Radio Mitre, Radio Metro, CNN, entre otros.

Estuvimos presentes en los principales medios del país como: La Nación, Infobae, Clarín, El Cronista, TN, Ámbito Financiero, BAE Negocios, Revista Forbes, Revista Mercado, entre otros. También, en los principales medios de sustentabilidad como: ComunicaRSE, Economía Sustentable, Gerencia Ambiental; y otros medios de nicho: Cerveza (Pulso Cerveceros, Mundo Cerveza), MKT y Publicidad (Dossier, Adlatina, Latin Spots, Puro Branding, Insider Latam).



### 5. Alianzas que suman: encontramos sinergias para potenciar el impacto

Nos aliamos con Pony Pizza para lanzar 27 EAZY y que las personas descubran el sabor de nuestra nueva cerveza, acompañada de una buena pizza. Asimismo, el cartón y la tinta usados para el packaging de la misma eran 100% compostables, con los colores de la marca 27 EAZY, que representan la restauración del suelo que procura la agricultura regenerativa.



6. **Presencia en eventos: acompañamos al universo del arte, de la música y de la creatividad con una propuesta de valor sustentable y pensada para lograr un futuro mejor. Nos vinculamos con espacios y personas con el mismo objetivo: la regeneración de nuestro planeta.**

Dimos a conocer este gran lanzamiento y dijimos presente en diferentes eventos de música. Contamos con stands propios en MUSIC WINS (verano 2022), Bioferia (mayo 2022), el VIP del Cosquín Rock (febrero 2023) y Rock en Baradero (febrero 2023). Allí, además de la venta del producto, pudimos involucrar a las personas con este lanzamiento y concientizar acerca de la importancia del cuidado del ambiente. También, desde nuestros inicios, acompañamos con producto iniciativas sustentables como el Festival Bitbang, la feria vintage premium The Vintage Hole y la marca Brindis. Por último, desde abril de 2023 somos leading brand en ArtLab, plataforma creativa de arte y tecnología argentina y centro cultural alineado a los valores de 27 EAZY.

7. **Vía pública: porque queremos que todos conozcan 27 EAZY, y queremos alzar la voz porque hay una nueva manera de hacer cerveza.**

Por último, intervenimos carteleras digitales en más de 400 puntos de GBA y Córdoba. Actualmente, proporcionamos materiales a supermercados de GBA.

Este lanzamiento representa un nuevo motivo para brindar y queríamos celebrarlo en conjunto. Por eso, próximamente vamos a salir con 150 séxtuples en Rosario y en Mendoza.

## **RESULTADOS**

Nos propusimos hacer masivo el lanzamiento de 27 EAZY y obtuvimos buenas repercusiones:

### **Eventos de lanzamiento:**

- 3 eventos: Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe
- 356 periodistas invitados

### **Presencia en eventos**

- 4 eventos masivos
- 4 iniciativas sustentables y culturales
- + 28 mil personas alcanzadas

### **Medios y prensa:**

- 223 repercusiones en medios tier 0 y 1
- Alcanzamos orgánicamente espacios en radio, televisión, medios online, prensa y redes sociales.
- Cantidad de audiencia alcanzada + 19.7 millones
- Estuvimos presentes en los principales medios de todo el país y los medios referentes en Sustentabilidad.

### **Redes Sociales**

- LinkedIn: + 423.7 mil personas alcanzadas, + 1.2 mil interacciones
- Instagram: + 314 mil personas alcanzadas, + 144 mil interacciones
- Facebook: + 659.5 mil personas alcanzadas, + 5.3 mil interacciones

### **Kits de marca:**

- +30 envíos a influencers

**Vía Pública:**

- + 400 puntos estratégicos de GBA y Córdoba
- + 3.8 millones personas alcanzadas
- Próximamente, 150 séxtuples en Rosario y en Mendoza.