

THE BUSKER INCONTRA IL PUBBLICO AL FERRARA BUSKERS FESTIVAL E AL BBQ FEST IN IRLANDA



The Busker, il whiskey irlandese dal carattere autentico di casa Illva Saronno, incontra il grande pubblico in un evento che ha in comune il nome e lo spirito avventuroso, tipico dell'artista di strada: il **Ferrara Buskers Festival**.

Ferrara è da anni teatro di una grande festa all'insegna della musica e dell'arte di strada: musicisti, funamboli e migliaia di turisti che colorano le strade della città, riscoprendo la bellezza della condivisione degli spazi aperti e della creatività. Nella splendida cornice del **Castello Estense** e di **Piazza Maggiore**, **The Busker**, **sponsor ufficiale dell'evento**, ha accompagnato gli appuntamenti salienti della manifestazione, con **due corner allestiti** negli spazi dedicati alle interviste e agli incontri con gli artisti e nell'area food, offrendo la possibilità di degustare il prodotto e di conoscere i cocktail di punta come il **The Busker Paloma** nei tre punti bar dell'evento.



5000

ASSAGGI PRODOTTO

10000

PERSONE COINVOLTE

Risultato: **5 giorni di presenza** con oltre **100.000 visitatori al giorno**, **5.000 assaggi** di prodotto e oltre **10.000 persone coinvolte** nella presentazione del **The Busker Whiskey**.

Numeri che confermano una crescita esponenziale del brand, che beneficia di tutte le iniziative di attivazione e in particolar modo degli **eventi aperti al pubblico**, soprattutto degli estimatori del whiskey irlandese.



Lo scorso Settembre Royal Oak, la casa di The Busker, ha ospitato il primo **THE BUSKER BBQ FEST**, coinvolgendo la comunità locale, bartender Irlandesi e internazionali e giornalisti.

Durante la giornata, le oltre 250 persone presenti, hanno potuto vivere un'esperienza in pieno stile The Busker.

Hanno infatti avuto la possibilità di godersi il **Paloma Truck** (che ha offerto più di 600 Paloma Cocktail), di mangiare nell'area BBQ, di rilassarsi nella Cigar Room e di brindare insieme durante l'eccezionale performance delle band irlandesi.







Dall'altra parte dell'oceano, negli Stati Uniti, la strategia del brand in questi mesi è stata anche quella di incrementare la presenza sui canali social, con il coinvolgimento di **5 influencer** con un bacino di oltre **9 milioni di follower** e instaurando precise partnership con **Hypebeast** (webzine di tendenza con oltre di **10 milioni di followers**), al fine di creare attenzione sull'**e-commerce di prodotto** e sulla linea merchandising e "ready to wear".

A confermare il grande interesse per The Busker in USA si aggiungono le **4 medaglie d'argento** vinte da tutte e **4 le referenze** (Single Grain, Single Malt, Single Pot Still e The Busker Triple Cask Triple Smooth) alla recente **New Orleans Spirits Competition**, organizzata dalla "Tales of the Cocktail Foundation", la medaglia d'oro vinta dal **Single Malt** e quella d'argento conquistata dal Single Grain agli **Awards 2022** organizzati dal **Beverage Testing Institute** di Chicago.

Questo è dunque un momento estremamente importante per il nostro whiskey, capace di stupire i nuovi target e di raggiungere sempre nuovi mercati, consolidando la crescente autorevolezza già acquisita nei mercati di maggior prestigio.

