

Taittinger, el champán oficial del Mundial de Rusia 2018, en una edición especial y limitada

La mítica casa lanzó hace ya cuatro años, en el Mundial de Brasil, la primera edición de su champán en un Mundial de fútbol. Una vez más, se viste de gala y hace un guiño a su condición de bebida de las estrellas

La Maison Taittinger ha lanzado una edición especial de con motivo de la celebración del Mundial de Rusia 2018. Esta nueva botella presenta un "diseño cósmico" azul y plateado, inspirado en los históricos avances tecnológicos rusos, como la creación del Sputnik. Además, incluye una imagen del trofeo de Campeón del Mundo en el cuello de la botella. Esta edición limitada está elaborada con un 40% Chardonnay, 35% Pinot Noir y 25% Pinot Meunier, un champenoise que ha pasado 3 años sobre sus lías.

Hace ya cuatro años, en el Mundial de Brasil, Taittinger lanzó la primera edición de su champán en un Mundial de fútbol. Una vez más, se viste de gala y hace un guiño a su condición de bebida de las estrellas.

Taittinger es una bodega familiar fundada en el año 1734. Está localizada en Reims, en la región de Champagne, en Francia. El carácter familiar de Taittinger, una de las pocas casas de champagne que todavía lleva el nombre de sus propietarios, se entiende en la bodega como la mejor demostración de su búsqueda permanente de la más alta calidad y del total respeto por la tradición. Taittinger es propietaria en Reims de la casa de los Condes de Champagne. El más famoso de esos Condes, Teobaldo IV, trajo de oriente a la vuelta de sus cruzadas el varietal Chardonnay cuyas uvas blancas tienen fama para la obtención de vinos de excepcional finura y ligereza.

Las cavas Taittinger, situadas bajo la abadía de San Nicasio, destruida durante la revolución francesa, fueron excavadas durante la época galorromana y ampliadas por los monjes durante el siglo XIII para guardar los vinos de champaña que comercializaban los benedictinos. Hoy son Patrimonio de la Humanidad.

Datos de contacto:

Alicia Huidobro 629647315

Nota de prensa publicada en: Madrid

Categorías: Internacional Nacional Gastronomía Fútbol Marketing Consumo

