

Reklama z transseksualistą zaszkodziła sprzedaży piwa

22 czerwca 2023

Piwo Bud Light należące do AB InBev po 20-letnim okresie bycia liderem sprzedaży w USA traci ten tytuł. Wszystko przez bojkot spowodowany nietrafioną kampanią reklamową.



W ciągu ostatnich czterech tygodni zakończonych 3 czerwca sprzedaż piwa Bud Light była niższa o 24,6% względem analogicznego okresu rok wcześniej. Sprzedaż należącego do AB InBev piwa, Budweiser, również spadła – o 9,2% – informuje Reuters za Bump Williams.

Przez ostatnie dwie dekady Bud Light, piwo popularne wśród tzw. Rednecków i Hillbilly'ich, czyli żyjących na południu USA farmerów, kowbojów i mieszkańców małych miast, było najchętniej kupowanym piwem w Ameryce.

Zmieniło się to po bojkocie konsumenckim, który spowodowało zatrudnienie w reklamie tej marki transseksualisty Dylana Mulvaneya. „Już w momencie, gdy Mulvaney zaczął reklamować damskie kosmetyki, zrobiło się o nim głośno po prawej stronie sceny politycznej. Politycy i publicyści zaczęli wzywać do bojkotu firmy Ulta Beauty, ale jako że ogromnej większości są w nabywcami kosmetyków, trudno było uzyskać zdecydowaną, męską reakcję. Ta nadeszła dopiero w momencie, gdy wizerunek Mulvaneya pojawił się na puszkach i butelkach z piwem Bud Light. Piwo to zdecydowanie wciąż bardziej męski napój, dlatego kampania z transinfluencerem w roli głównej zderzyła się niemal ze ścianą” – pisał na łamach „Najwyższego Czasu!” Jakub Wozinski.

Pierwszy stopień podium oczywiście nie pozostał nieobstawiony. Amerykańscy piwosze masowo przerzucili się na meksykańską

markę Modelo Especial firmy Constellation. Do 3 czerwca marka ta odpowiadała już za 8,4 proc. sprzedaży piwa w USA.

Tak działa wolny rynek. Przedsiębiorcy powinni na pierwszym miejscu stawiać potrzeby i oczekiwania swoich klientów. Jeśli nie będą tego robić, to klienci się od nich odwrócą, a oni stracą pieniądze.

Na podstawie: WiadomosciSpozywcze.pl, Reuters.com

Źródło: NCzas.com