



Comunicado de Imprensa

22 DE MARÇO | 15H30 | AVENIDA DA LIBERDADE

Guinness ativa espírito irlandês em Lisboa com desfile de 500 gaitas de foles



A capital portuguesa recebe uma parada única no dia 22 de março, com gaitas de foles, performances ao vivo e uma atmosfera digna da Irlanda. Além do patrocínio do desfile, a Guinness tem no ar uma campanha integrada que inclui ativações em pontos de venda e ações especiais em parceria com retalhistas e plataformas de e-commerce.

Lisboa, 17 de março de 2025. A cerveja irlandesa Guinness, distribuída em Portugal pela Sociedade Central de Cervejas e Bebidas (SCC), traz de volta a energia vibrante do *St. Patrick's Day* a Lisboa com um desfile especial na Avenida da Liberdade, no dia 22 de março, às 15h30.

A iniciativa tem o patrocínio da marca e integra um plano de meios mais alargado que combina campanhas ATL, ativações em pontos de venda e uma forte presença digital, consolidando a Guinness como protagonista das celebrações desta data icónica.

Celebrado anualmente a 17 de março, o *St. Patrick's Day* é o feriado nacional irlandês que homenageia o padroeiro da Irlanda, sendo assinalado por mais de 70 milhões de pessoas em todo o mundo. Ao longo dos anos, esta



Comunicado de Imprensa

festividade expandiu-se para os seis continentes, transformando-se num evento global que se estende por vários dias, marcado por desfiles, música e, claro, pelo icónico brinde com uma *pint* de Guinness.

O evento em Lisboa contará com um cortejo de cerca de 500 músicos, representantes de 8 bandas de gaitas de foles portuguesas e de 3 bandas espanholas. O desfile terá ainda presença especial da Guinness num autocarro de dois andares, onde alguns convidados da marca poderão acompanhar o desfile de um ponto de vista privilegiado.

O percurso, aberto ao público em geral, sem necessidade de compra de bilhetes, culminará no Rossio, onde um mercado temático e performances musicais darão continuidade à festa irlandesa.

Além da ativação de marca no evento, a Guinness alarga a sua campanha através das seguintes ações:

- **Presença OOH** até ao dia 23 de março, reforçando a visibilidade da marca no período que antecede as celebrações.
- **Campanha digital e social media** até 23 de março.
- **Ativações em pontos de venda**, com oferta de *merchandise* exclusivo.
- **Parcerias com plataformas de e-retail**, oferecendo brindes e amostras via Glovo e ECI Online.

Os consumidores podem ainda contar com animação extra em vários bares com o típico espírito irlandês, incluindo pinturas faciais para quem quiser entrar no *mood* da celebração e experiências fotográficas com *Polaroids* para eternizar o momento. O *after-party* está, por isso, reservado para os seguintes pubs lisboetas:

- Bar Liverpool
- O'Gilíns Irish Pub
- Cheers Irish Pub Lisbon
- The Meeting Point Irish Pub Lisbon
- The George
- The Couch Sports Bar Cais
- O Bom O Mau e O Vilão
- The Corner Irish Pub

A estratégia da marca Guinness estende-se ainda ao marketing de influência, com assinatura dos embaixadores Guinness [Rodrigo Gomes](#) e [Luana do Bem](#).



Comunicado de Imprensa

“Queremos reforçar a nossa relevância local e a ligação emocional com os consumidores portugueses. E qual a melhor forma de o fazer do que partilhando o espírito dos *Santos Populares*... da Irlanda? O *St. Patrick's Day* é uma festa vibrante, celebrada em março, e este ano a Guinness quer trazê-la para junto dos portugueses, com experiências envolventes dentro e fora dos pontos de venda, criando momentos inesquecíveis para todos os que queiram brindar connosco. Juntem-se a nós”, afirma Rita Torres, gestora de marketing de marcas em incubação e representações comerciais na Central de Cervejas.

Para mais informações, visite a página:

<https://www.facebook.com/GuinnessPortugal>

– FIM –

Ficha técnica da campanha de Guinness em Portugal:

Agência criativa: Leo Burnett

Agência de meios: Dentsu

Agência de marketing de influência: SamyRoad

Sobre a GUINNESS:

Tudo começou em 1759, quando Arthur Guinness alugou uma fábrica em Dublin, a St. James's Gate, e começou a produzir a sua cerveja. Guinness Original, em versão de garrafa, descende diretamente da receita criada anos mais tarde, em 1821, por Arthur Guinness II, e revela um paladar doce e suave com notas de malte e caramelo. Tem um teor de álcool de 3,8%. Igualmente rica e cremosa, até aveludada no final, Guinness Draught foi desenvolvida já no século XX, mais precisamente em 1959, para celebrar o 200º aniversário da assinatura do contrato de arrendamento de St. James's Gate por 9000 anos. Conseguida através de uma combinação pioneira de nitrogénio e dióxido de carbono, Guinness Draught é comercializada em lata e tem um teor de álcool de 4,2%. Distingue-se pelo seu aroma a café e malte e, ainda, pelo paladar cremoso e equilibrado que une o gosto acre à doçura do malte e da cevada torrada. Para perceber o que torna uma Guinness tão especial é necessário ir à raiz dos ingredientes. Água, cevada, lúpulo e levedura compõem esta cerveja irlandesa ancestral repleta de tradições. A cevada é produzida na Irlanda (são utilizadas cerca de 100 mil toneladas por ano), e a magia acontece da combinação de cevada maltada, não maltada e tostada. É desta combinação que surge a tonalidade vermelha rubi escura, e não preta, como se supõe à primeira vista.



Comunicado de Imprensa

A Guinness é comercializada em mais de 150 países pelo mundo. Em Portugal, é distribuída pela Sociedade Central de Cervejas e Bebidas. Encontra-se disponível no canal Horeca e na Grande Distribuição.