

Alimarket

'INDI' lanza campaña y ediciones especiales

ALIMARKET ALIMENTACIÓN | 16/11/2016 | [Refrescos](#)



Bajo el lema “**Re-descubre tu mundo**”, 'INDI', la marca española de tónicas y mixers premium, ha presentado su **nueva campaña de comunicación**. Tras cinco años de exitosa andadura en el mercado, la firma andaluza afianza su liderazgo en nuestro país, así como su expansión internacional y presenta una de las propuestas de sabores más amplias del mercado, con **un total de nueve mixers**.

Para su Re-descubrimiento, 'INDI' cuenta con la participación de **la artista Andrea Azarraluqui y del diseñador Steve Mono, que desarrollarán creaciones en exclusiva que llegarán al público a partir del mes de diciembre** y que comparten el respeto por lo auténtico y artesanal y por la vuelta a los pequeños placeres y la calidad con un punto de sofisticación.

Según palabras de Francisco Turiel, director general de Casalbor Trade, distribuidora del grupo, “la aparición de 'INDI' en el mercado ha supuesto una auténtica revolución en la elaboración de mixers premium. A través de su nueva campaña **invitamos a redescubrir un mundo de emociones, sabores y sensaciones**”.

La oferta de 'INDI' va desde los sabores más puros y clásicos hasta los más audaces, como el enebro o la naranja amarga, o la fresa y el limón en el caso de las tónicas, así como la ginger beer y el ginger ale, últimas variedades en incorporarse a la gama. 'INDI' es una marca elaborada por la compañía INDI Essences, propiedad de la familia Mora-Figueroa.

Alimarket