

DON SIMON celebra su 40 aniversario y lanza una nueva botella de cristal de 1 litro

En los años ochenta, [DON SIMON](#) revolucionó el mundo del vino. Hoy, comemos con **DON SIMON** en más de **150 países**. Para celebrarlo, DON SIMON lanza una nueva campaña de publicidad en la que se conmemora el recordado ¡Voy a comer con DON SIMON!

La marca DON SIMON nace a principios de los años 80. En ese momento, el envase más utilizado para el vino era la botella de 1 litro retornable. Sin embargo, con la implantación de las grandes superficies en España, los canales de distribución y los hábitos de consumo comenzaron a cambiar. Por ello, el objetivo en GARCIA CARRION fue vender vino en un envase no retornable, que fuera práctico, económico y de poco peso. Así nació el vino DON SIMON.

En menos de dos años el vino DON SIMON se convirtió líder en el mercado. En parte, gracias a las numerosas campañas de publicidad en televisión. “Nuestra idea era transmitir al consumidor que **DON SIMON era el mejor vino para comer con él todos los días**. Así surgió la frase “Voy a comer con DON SIMON”.

El brik revolucionó el mercado del vino español, desapareciendo prácticamente la botella recuperable. Sin embargo, **el verdadero éxito del vino DON SIMON fue su calidad y no su envase. De hecho, lo sigue siendo.** La calidad que acompaña a todos los productos DON SIMON son la clave de su éxito.

Para celebrar estos 40 años, [DON SIMON lanza una nueva botella de cristal de 1 litro de vino tinto tempranillo y blanco verdejo](#). Este lanzamiento también cuenta con una gran campaña de publicidad con este anuncio.

