

## Se descubre una estatua de Anís del Mono en Badalona

- **La figura del popular primate estará situada en el Paseo Marítimo**

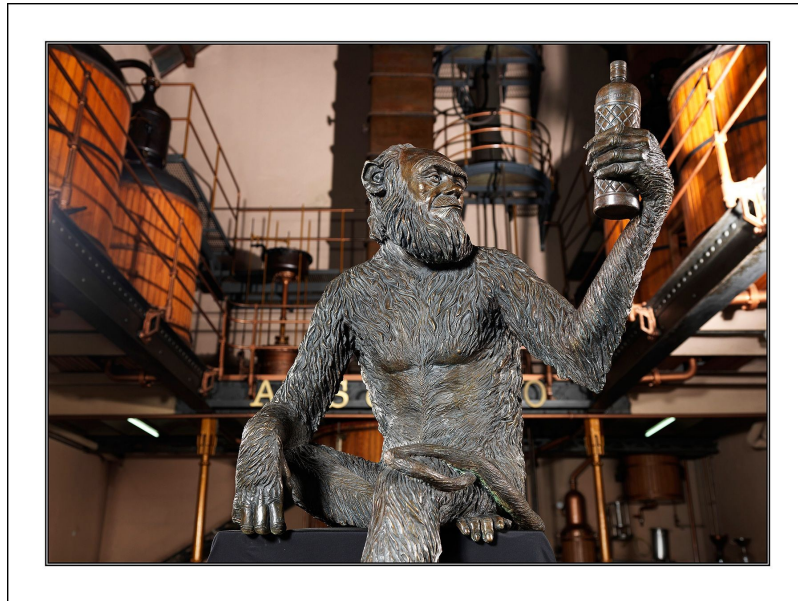
**Badalona, 5 de julio de 2012** – El próximo sábado se colocará en Badalona una estatua de bronce que reproduce la figura del Anís del Mono a tamaño real y con un peso estimado de 200 kilos. La cesión de la escultura, que se situará en un banco del renovado Paseo Marítimo de esta localidad barcelonesa, es un tributo de Osborne a la ciudad que ha acogido su fábrica desde hace más de un siglo y a la hospitalidad de sus habitantes.

El descubrimiento de la figura se producirá el 7 de julio a las 18:30 horas con la presencia, entre otros, del alcalde de Badalona, Xavier García Albiol; la escultora local creadora de la pieza, Susana Ruiz y el presidente del Grupo Osborne, Tomás Osborne.

Este acto estará arropado por las fiestas patronales de Front Maritim -el barrio de la fábrica- y, para llevar a cabo el descubrimiento de la estatua junto al puente del Petróleo, se contará con la participación de castellers de Badalona y de Tarragona, que realizarán un espectáculo tradicional de torres humanas.

El proyecto de la escultura, alumna de la Escola de Art i Superior de Disseny Pau Gargallo, de Badalona, fue puesto en conocimiento de la unidad de Bebidas de Osborne, que lo reconvirtió en un encargo de la compañía con la intención de cederlo a pueblo de Badalona.

Siete meses se han necesitado para levantar esta escultura de bronce que ha pasado por las fases de barro, silicona, cera y fundición. La fundición se llevó a cabo en la empresa Exametal, ubicada en el municipio de Sant Adrià del Besós.



La estatua de Anís del Mono que se descubrirá el 7 de julio.

## **La historia de una botella que ya cumple 110 años**

Anís del Mono es el primer anís envasado de España. El origen de la creación de la botella se remonta a un viaje de Vicente Bosch a París a finales del S.XIX, cuando compró un frasco de perfume para su esposa en la Place Vendôme. Su envase le cautivó de tal manera que pensó en utilizarlo para su anís, pero depurando sus formas. El famoso vidrio adiamantado fue registrado en España el 22 de diciembre de 1902. Hoy, justo 110 años después, se ha convertido en elemento diferenciador del anís más vendido en España, con una cuota de mercado del 30% en volumen.

## **Curiosidades de una marca con más de un siglo de historia**

¿Alguna vez te has fijado en que la cabeza del mono es la de Charles Darwin? *El Origen de las Especies* también marcó al creador de este licor que quiso reflejarlo a su manera en el etiquetado.

¿Sabías que la etiqueta de la botella de Anís del Mono tiene una errata? Si te fijas en la parte superior izquierda, observarás que en lugar de ‘Destilación’ pone ‘Destillación’. Ha sido así desde los orígenes del licor y nunca se ha querido corregir.

En 1913, Anís del Mono colocó el primer cartel publicitario luminoso de la Puerta del Sol.

Sabíais que artistas como Picasso o Juan Gris se inspiraron en nuestra botella para algunas de sus obras?



La botella de Anís del Mono ha aparecido en películas de éxito tanto nacional (*No habrá paz para los malvados*, 2011) como internacional (*Donnie Brasco*, 1997)

Gracias a su cristal adiamantado, la botella de Anís del Mono se utiliza como instrumento musical navideño, tanto es así que la marca desarrolló una aplicación para móvil (“Monomusic”) durante las pasadas fiestas que moderniza la tradición de rascar la botella y supera las 40.000 descargas.

\* \* \*

## **Acerca de Osborne**

*La compañía española de alimentación y bebidas Osborne, propietaria de marcas de renombre como Sánchez Romero Carvajal, 5J, Anís del Mono, Veterano, Magno, Carlos I y Montecillo, entre otras, tiene un objetivo claro: seleccionar, elaborar y acercar a consumidores en todo el mundo los productos y marcas de alimentación y bebidas de mayor autenticidad y prestigio.*

*Para lograr tal fin, en sus más de dos siglos de historia, la evolución de la compañía ha estado unida a una fuerte capacidad de adaptación a las nuevas exigencias del mercado, siempre con un espíritu emprendedor y dinámico, y una clara apuesta por la internacionalización.*