



## COMUNICATO STAMPA

**Barbero 1891, società del Gruppo Campari, lancia in TV**

**MAPO MAPO, il liquore dell'anno**

***on air da domenica 20 giugno***

**Milano, 17 giugno 2004** – Parte domenica 20 giugno e sarà in onda per quattro settimane la nuovissima campagna televisiva per Mapo Mapo, **liquore dolce agli agrumi caratterizzato dal succo di mapo**, prodotto lanciato sul mercato italiano a maggio 2003 da parte di Barbero 1891, società acquisita dal Gruppo Campari lo scorso dicembre.

Profumato, denso e gustoso, dolce, ma non stucchevole, si consuma liscio ben ghiacciato e si posiziona nel momento di consumo dopo cena, in alternativa al limoncello, sia a casa sia al ristorante con gli amici. A base di mapo, il prezioso frutto nato dall'incrocio del mandarino con il pompelmo, Mapo Mapo ha 28 gradi di alcol e può essere tenuto in freezer. E' anche innovativo ingrediente di cocktail e *long-drink*, miscelato con *white spirit*, succhi di agrumi, spumante brut.

Lo spot, ambientato in Sicilia, terra d'origine del mapo, realizzato in formati da 15 e 7 secondi, è stato **ideato dall'agenzia creativa Alberto Cremona e prodotto da NCN**. La campagna andrà in onda su RAI 1, RAI 2, RAI 3, Canale 5, Italia 1, Retequattro.

Vito Casoni, Direttore Marketing Barbero 1891, ha commentato: *"Mapo Mapo è stato accolto con grande interesse dalla distribuzione italiana e dal consumatore. Il lancio del prodotto si inserisce in un progetto a medio-lungo termine che prevede un continuativo supporto promopubblicitario. Mapo Mapo sarà presto un prodotto importante nel panorama italiano degli spirits"*.

Il **packaging** è opera di Maurizio di Robilant, il designer italiano che ha curato il *restyling* di tanti famosi spirit e di importanti linee di vini e di spumanti. Si distingue per raffinata eleganza e rispetto della propria personalità mediterranea. Si presenta nel formato famiglia da 50 cl e in quello "fuori casa" da 100 cl.

**Il Gruppo Campari** è il sesto player mondiale nel settore degli spirits, presente in 190 paesi e con leadership nei mercati italiano e brasiliano e posizioni di primo piano negli USA, in Germania e in Svizzera. Il Gruppo vanta un portafoglio ricco e articolato su tre importanti segmenti: spirits, wines e soft drinks. Il portafoglio prodotti di proprietà include brands di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka, Cynar e Cinzano e marchi leader in mercati locali come CampariSoda, Campari Mixx, Crodino, Aperol, Aperol Soda, Sella & Mosca, Zedda Piras, Biancosarti, Barbieri, Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda in Italia, SKYY Blue negli USA, Ouzo 12 in Grecia e in Germania, Dreher, Old Eight, Drury's e Liebfraumilch in Brasile, Gregson's in Uruguay, Riccadonna in Australia e in Nuova Zelanda e Mondoro in Russia. Il Gruppo impiega circa 1.550 persone e, dal luglio 2001, le azioni ordinarie della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. sono quotate al Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A.

### PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

#### Corporate Media Relations

Chiara Bressani

Tel.: +39 02 6225 206

Email: chiara.bressani@campari.com

Website: [www.campari.com](http://www.campari.com)

#### Barbero 1891 Media Relations

Silvia Barbero

Tel.: +39 0173 967268

Email: silvia.barbero@campari.com

## *Trama - "Ninuzzo"*

In una piazza assolata, con il mare sullo sfondo, incontriamo Ninuzzo, un tipico vecchio siciliano dall'aria nobile e sapiente (Ermanno Amoroso, attore di teatro e siciliano doc). Come in una improvvisata lezione, Ninuzzo ci spiega: *"Dal limone, il limoncello..."* Mentre lui parla spunta dall'angolo una bellissima ragazza (Giusy Condorelli), con un cesto di mapi. Ninuzzo ne prende uno e finisce la sua frase: *"Dal mapo, Mapo Mapo!"*. La ragazza, anche lei siciliana, gli si siede accanto, e sorridendo conferma, brindando nei bicchierini ghiacciati: *"Come parli bene, Ninuzzo!"*. L'immagine della ragazza comunica la personalità speciale di Mapo Mapo: un'anima giovane e moderna, ma sempre legata ai valori di qualità e genuinità della tradizione. Il claim finale accoppia in una definizione l'origine e la gradevolezza del prodotto: ***"Mapo Mapo. Piacere mediterraneo"***.

Una trama molto semplice che inquadra immediatamente la tipologia del liquore (agli agrumi, il mapo come variante del limoncello), la sua personalità solare e mediterranea, la modalità di consumo liscio e ben ghiacciato, la Sicilia, terra d'origine.

## *Scheda tecnica - "Ninuzzo"*

Titolo Campagna: "Ninuzzo"

Formato: 15" e 7"

Agenzia creativa: Alberto Cremona

Casa di produzione: NCN di Giorgio Guzzi

Regia: Stefano Basile

Direzione della fotografia: Stefano Morcaldo

Supervisione Barbero 1891: Silvia Barbero e Vito Chiarion Casoni

Attori protagonisti: Ermanno Amoroso e Giusy Condorelli

Periodo: tre settimane da domenica 20 giugno, una settimana a fine agosto

Reti: RAI 1, RAI 2, RAI 3, Canale 5, Italia 1, Retequattro

Centro Media: Optimedia