



COMUNICATO STAMPA

“CAMPARI. RED PASSION”

Al via la nuova campagna TV di Campari “The splash”

Milano, 20 febbraio 2004 – **Parte domenica 22 febbraio** e sarà in onda per tre settimane **la campagna televisiva Campari “The splash”**, una nuova e intrigante storia piena di ‘Red Passion’.

Campari torna protagonista di un altro emozionante filmato dopo il successo de “Il Duello” (2001) e “Il Graffio” (1998): una trama ricca di passione e trasgressione che lascerà ancora una volta il segno.

In linea con la propria strategia comunicativa e secondo una pianificazione a livello europeo (il film verrà messo in onda anche in altri Paesi, tra cui la Germania), Campari veicola anche con questo spot idee forti, coraggiose, originali e d’effetto, eseguite con un’altissima cura dell’immagine e dei dettagli e utilizzando un linguaggio elegante, trasgressivo, innovativo, e moderno allo stesso tempo.

La trama punta direttamente a un target giovane adulto, di entrambi i sessi e aperto alle novità. Una campagna che farà parlare di sé coinvolgendo gli spettatori e facendo vivere loro un mondo di intense emozioni, tramite la seduzione, la sensualità, la trasgressione e non da ultimo l’inconfondibile colore rosso, simbolo della passione Campari.

La campagna è stata diretta da **Luca Maroni**, che ha già diretto le campagne CampariSoda promo BMW X5 e CampariSoda promo Porsche Carrera.

Lo spot, realizzato in formati da 30, 15 e 10 secondi, è stato prodotto da (h).

L’investimento totale previsto per l’anno 2004 è di **circa €13,5 milioni**.

Campari. Red passion.

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 Communications
Chiara Bressani

Tel.: +39 02 6225 206
chiara.bressani@campari.com

Moccagatta Pogliani & Associati
Tel.: +39 02 8693806
Email: segreteria@moccagatta.it

Website: www.campari.com

Trade Communications
Patrizia Beretta

Tel.: +39 02 6225 339
Patrizia.beretta@campari.com

Trama - Campagna istituzionale TV Campari Red Passion – The splash

Locale trendy, molto fashion dai colori della notte mischiati con l'inconfondibile rosso Campari: entra una splendida ragazza (Tati Rosalino, 27 anni, brasiliana, già protagonista finale della campagna Cinzano Spumanti 2002) si avvicina al bancone del bar dove toglie di mano al barista la bottiglia di Campari e un bicchiere già pronto con ghiaccio e una fetta di arancia. Sorride ammiccante per ringraziare e scende gli scalini all'interno del locale. Cammina sensuale tra le persone con sguardo deciso e punta direttamente verso la sua meta: un bellissimo ragazzo seduto su una poltrona di pelle rossa, che beve un Campari dal classico tumbler (Carlo Ferrari Brunnenfeld, austriaco). Gli si avvicina e, sempre fissandolo negli occhi con sguardo ammiccante sorride e inizia a versare il Campari direttamente dalla bottiglia sulla sua camicia: alcune ragazze guardano incuriosite, lui sembra chiedersi cosa stia accadendo. Lei si abbassa verso di lui, una delle spettatrici della scena passa le dita sul bicchiere di Campari, un ragazzo si sporge per osservare la scena. Lei lo bacia sul petto. Lui accenna un sorriso. Lei ammiccante sorride: CAMPARI. RED PASSION.

CAMPARI, l'aperitivo unico, inimitabile, senza età

Campari viene ottenuto dall'infusione in alcool ed acqua di erbe amaricanti, piante, erbe aromatiche e frutta. La sua gradazione alcolica è di 25°. Viene servito soprattutto come aperitivo, ma può essere gustato anche come long drink.

La bottiglia, per l'elegante semplicità della forma e per la presenza del marchio in rilievo, ha una linea essenziale e, senza legarsi ai tempi o alle mode, rappresenta un raro esempio di continuità nella storia del marketing e della comunicazione.

Campari è percepito come un aperitivo unico e inimitabile, classico, ma sempre attuale, adulto, metropolitano, prestigioso e dall'immagine internazionale.

Tradizionalmente preferito "on the rocks" per il suo gusto forte e deciso e per il suo colore intenso e trasgressivo, Campari è ottimo anche shakerato, con seltz, con succo d'arancia o pompelmo. E', infine, utilizzato come ingrediente base dei cocktail Negroni o Americano.

Campari è oggi leader indiscusso del mercato italiano degli aperitivi alcolici e vanta posizioni di altissimo rilievo nei principali mercati mondiali, dove è presente in 190 Paesi.

Scheda Tecnica - Campagna istituzionale TV Campari "The splash"

Agenzia	Lowe Communication Group, Amburgo
Cliente	Gruppo Campari (Direttore Marketing Italia: Andrea Montorfano; Marketing Manager Spirits Italia: Marco Mazzini)
Prodotto	Campari
Titolo	Campagna Istituzionale "The splash"
Durata	1x30" + 1X15" + 1x10"
Direttore Creativo	Julian Michalski
Casa Di Produzione Italia	(h)
Executive Producer	Daniela Cattaneo
Producer	Maddalena Giovanardi
Regia	Luca Maroni
Fotografia	Paolo Caimi
Musica	Jingle originale Ferdinando Arnò
On Air Prima Volta	22 febbraio 2004
Reti televisive	Reti Sipra, Mediaset, La 7, SKY TV, . Gioco Calcio
Centro Media	Longhi&Associati