



Campari Mixx Experience

Shopping entertainment nei Centri Commerciali

Milano, maggio 2003 - Continua con successo la campagna di lancio di **Campari Mixx**, il nuovo prodotto con cui il Gruppo Campari ha fatto il suo ingresso a settembre 2002 nella categoria dei *Ready to Drink*, ed oggi affiancato dal **nuovo Campari Mixx Orange**, la versione al fresco aroma di arancia a bassa gradazione alcolica (5% di alcol), frizzante e dal gusto agrumato, che offre un *mix* giovane, facile da bere, equilibrato, rinfrescante. Campari Mixx, nella sua versione originale, è una bevanda rinfrescante a base di Campari dal sapore piacevolmente fruttato, a bassa gradazione (6,5% di alcol) e con un gusto innovativo ed un *packaging* rivoluzionario, che ha anche ricevuto l'**Oscar al Design e Comunicazione del Packaging** per la categoria *Food&Beverage*.

Rivolgendosi ad un pubblico giovane, maschile e femminile, innovativo ed aperto a nuove esperienze di gusto, Campari Mixx e Campari Mixx Orange sono facili da bere e vanno gustati direttamente dalla bottiglia. Sono un'alternativa di tendenza alla birra e si adattano a molteplici occasioni di consumo nell'arco della giornata.

Campari Mixx è supportato anche nel 2003 da importanti investimenti pubblicitari e promozionali:

La pubblicità: una campagna televisiva eccezionale dall'elevatissimo impatto sul target di riferimento. Una campagna affissione a copertura nazionale ad alta memorabilità, per la cui creatività ha ottenuto il premio europeo **Epica Awards**.

Le promozioni: migliaia di eventi promozionali di diversa tipologia a seconda dei locali coinvolti, locali sempre caratterizzati da un'elevata presenza di consumatori giovani che fanno tendenza.

Numerose importanti attività dedicate al lancio dei *Ready To Drink* a marchio Campari coinvolgono inoltre il Canale Distributivo Iper + Super:

- Espositori *box pallet*;
- *In-Store Tasting*;
- Eventi assolutamente innovativi

Da febbraio sino a dicembre 2003, infatti, è possibile degustare Campari Mixx **in oltre 600 iper e super** distribuiti su tutto il territorio nazionale, grazie ad una campagna di *in-store tasting* presidiata da hostess. L'obiettivo è naturalmente la prova prodotto, una prova che grazie alle caratteristiche

di successo di Campari Mixx, si tramuta in un acquisto nel 90% dei casi! La pianificazione è realmente importante: sono previste **oltre 1.200 giornate promozionali**.

Il lancio di Campari Mixx nel canale Iper+Super non si limita ad una attività di *in-store* caratterizzata da “grandi numeri”: il 9 maggio 2003 ha avuto inizio infatti **uno spettacolare evento itinerante** che toccherà 37 dei maggiori Centri Commerciali italiani e proseguirà fino al 2 agosto, con l’obiettivo di far vivere ai clienti un momento di *shopping entertainment* dall’animazione unica: **“Campari Mixx Experience”**. Con l’acquisto di tre bottiglie di Campari Mixx anche assortite, il consumatore può accedere ad una vera e propria **cabina di simulazione** e provare l’ebbrezza di una corsa in macchina tra i ghiacci, di una gara di Formula 1, di un volo nel Grand Canyon, di un viaggio nel tempo.... 6 esperienze tridimensionali davvero emozionanti ed esclusive. In più, sempre a fronte dell’acquisto, il consumatore riceve la cartolina per partecipare all’estrazione *“winning per store”* di circa 40 **scooter Scarabeo 100 Aprilia**, uno scooter per ciascun Centro Commerciale coinvolto. La cabina di simulazione è posta al centro di un’**isola promozionale fortemente impattante e scenografica**, realizzata in linea con l’immagine Campari e il target *trendy* cui Campari Mixx si rivolge. Un team giovane e frizzante in perfetto look Campari Mixx anima l’isola durante lo svolgimento dell’attività.

Campari Mixx – Il mondo è bello perché è Mixx.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

CORPORATE

Chiara Bressani

Tel.: +39 02 6225 206

chiara.bressani@campari.com

TRADE

Patrizia Beretta

Tel.: +39 02 6225 339

Patrizia.beretta@campari.com

Website: www.campari.com

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, anche a seguito di un’intensa strategia di acquisizioni a livello internazionale perseguita negli ultimi anni, 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, Sella & Mosca, Zedda Piras, Biancosarti, Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda in Italia, SKYY Blue negli Stati Uniti, Ouzo 12 in Grecia e in Germania, Dreher, Old Eight, Drury’s e Liebfraumilch in Brasile e Gregson’s in Uruguay. Il Gruppo impiega circa 1.350 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.