



Comunicato stampa

CampariSoda regala 5 Porsche Cayman S

On air il 19 novembre prossimo la nuova campagna pubblicitaria della promo consumer "Tre tappi di CampariSoda"

Milano, 15 novembre 2005 – Anche quest'anno CampariSoda propone, in veste ancor più ricca e premiante, l'ormai **famosa iniziativa promozionale** rivolta a consumatori e baristi e la annuncia con una **campagna TV** firmata **D'Adda, Lorenzini, Vigorelli, BBDO**.

La campagna promozionale TV – on air dal prossimo 19 novembre – oltre ad esaltare il "mondo" CampariSoda pone l'accento sulla meccanica e sui premi della promozione. Infatti, per l'iniziativa del 2005 saranno messe in **palio 5 Porsche Cayman S**, a conferma della consolidata partnership tra il Gruppo milanese, leader di prestigio nel settore degli Spirits, e la Casa automobilistica tedesca, sinonimo di immagine, qualità, sportività e successo.

Lo spot

Il film è girato in un locale elegante, dove una bellissima ragazza seduta ad un tavolo si sta gustando CampariSoda, intrecciando un gioco di sguardi con un uomo al bancone bar. Lei, intraprendente e sensuale, comanda il gioco e lui riesce difficilmente a nascondere l'imbarazzo della situazione. La ragazza rompe definitivamente gli indugi, si alza dal suo divanetto e si incammina verso l'uomo. Non appena vicina, gli toglie il bicchiere di CampariSoda e si porta la mano destra alle labbra con un gesto sensuale che prelude ad un finale accattivante. L'uomo, emozionato, scende allora dal suo sgabello rivelando però la sua bassissima statura.

A quel punto, lei appoggia delicatamente sulla fronte di lui il dito che aveva appena sfiorato le sue labbra come per donargli il suo bacio.

Ma invece del bacio, applica un francobollo sulla fronte dell'uomo che, perplesso, si volta verso la telecamera.

Il gesto sensuale era in realtà un simpatico inganno rivelato dalla voce fuori campo:

"Basta spedire tre tappi per partecipare all'estrazione di una delle cinque favolose PORSCHE CAYMAN S".

Il film riprende, proponendoci la protagonista che accarezza la sua Porsche Cayman S prima di entrarvi, mettendo in evidenza i particolari più accattivanti della linea dell'auto. Poi, partendo, alza il finestrino e rivela così nel riflesso del vetro i tre uomini che sono stati *francobollati* sulla fronte.

A chiusura dello spot viene inquadrata in primo piano la bottiglia di CampariSoda con i tre tappi e i tre piccoli uomini che, per un gioco di prospettive, sembrano appoggiarsi alla bottiglia stessa.

La voce fuori campo conclude svelando quali tappi vanno spediti per partecipare all'estrazione: **"Tre tappi di CampariSoda."**

*"Per questa campagna CampariSoda, leader storico nel settore degli aperitivi sodati, è stata realizzata una creatività che combini un'ambientazione sensuale e raffinata ad un finale ironico e sorprendente – dichiara **Andrea Montorfano**, Direttore Marketing Italia Gruppo Campari - con l'obiettivo di rafforzare il legame tra Brand e consumatore, gratificando la scelta di gusto di quest'ultimo con un premio unico e stimolante: la Cayman S, la nuova nata in casa Porsche"*

*"Ironia e divertimento, coniugati a raffinatezza ed eleganza, sono i cardini di questo spot. Infatti, anche in questo terzo episodio della saga Campari Soda, abbiamo ironizzato sul gioco di parole tra tappi di bottiglia e persone di bassa statura – spiegano **Giuseppe Mastromatteo** e **Luca Scotto di Carlo**, direttori creativi di D'Adda, Lorenzini, Vigorelli, BBDO – concentrandoci sull'imperativo 'spedisci', tradotto nell'immagine del tappo/persona che viene affrancato con un francobollo e spedito per vincere la Porsche Cayman.*

La campagna si sviluppa in un'ambientazione raffinata ed elegante, tipica del mondo Campari, giocando, contemporaneamente, con i suoi modelli di riferimento. Un gioco che è sottolineato anche dalla scelta del brano, che abbiamo fatto creare ad hoc per lo spot: un tango elegante che piano piano si trasforma in una musica più divertente e movimentata".

La promozione

Ogni mese, da novembre 2005 a marzo 2006, tra tutti coloro che avranno spedito **tre tappi di CampariSoda** o il tagliando di partecipazione che si trova nelle confezioni da 5 e da 10 bottigliette, verranno sorteggiati i 5 fortunati vincitori (uno al mese) dell'ultima nata in casa Porsche, che verrà lanciata ufficialmente sul mercato italiano il prossimo 26 novembre.

Porsche Cayman S rappresenta senz'altro un premio in perfetto stile CampariSoda: è una vettura di grande prestigio, dal design distintivo e di classe, in cui il mix di qualità e sportività si traduce in una nuova e coinvolgente dimensione di guida.

Lo spot sarà in onda dal 19 novembre 2005, per tre settimane, sulle reti Mediaset, La7, Sky, MTV, All Music e SportItalia nelle versioni 30", 15" e 10".

L'investimento lordo per la campagna TV sarà di € 12.500.000 circa.

Il **Gruppo Campari** è una delle realtà più importanti nel settore del beverage a livello mondiale. È presente in 190 paesi 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 segmenti: spirit, wine e soft drink. Il portafoglio prodotti di proprietà include marchi 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, Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda in Italia, 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 oltre 1.500 persone e le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana

CampariSoda promozione Porsche Cayman S "Francobollo"

Scheda tecnica

Titolo campagna:	"Francobollo"
Azienda:	Gruppo Campari
Prodotto:	CampariSoda
Agenzia:	D'Adda, Lorenzini, Vigorelli, BBDO
Casa di produzione:	H Films
Producer Agenzia:	Alessandra Barbieri
Executive Producer:	Silvia Cattaneo
Producer:	Maddalena Giovanardi
Post-Produzione:	Avalon
Regia:	Luca Maroni
Protagonista:	Inga Savits (agenzia Why Not – MI)
Art director:	Luca Zamboni
Direzione creativa:	Giuseppe Mastromatteo, Luca Scotto di Carlo
Direttore clienti:	Matteo Consonni
Account supervisor:	Chiara Menozzi
Account executive:	Laura de Leo
Copywriter:	Federico Bonenti
Direttore fotografia:	Alessandro Bolzoni
Scenografo:	Totoi Santoro
Montaggio:	Marco Perez
Musica:	F. Arnò
Marketing Director Italy, Gruppo Campari:	Andrea Montorfano
Marketing Manager, Gruppo Campari:	Paola Chiogna
Product Manager, Gruppo Campari:	Francesco Airenti
Centro Media:	Longhi & Associati srl
Location:	Milano
On Air/1st Issue:	19 novembre 2005
Mezzi:	Tv
Formati:	30", 15", 10"