



Nuovo look Campari

Indice Cartella Stampa

- 1. Comunicato stampa**
- 2. La nuova identità Campari**
- 3. Informazioni sul prodotto Campari:**
 - **Campari**
 - **I drink**
- 4. CD: immagini della bottiglia, foto dei drink**



Comunicato stampa

Nuovo look Campari per una passione sempre più intensa

Un restyling doc firmato dall'inglese Claessens International

Milano, 3 maggio 2006 – Campari si rinnova, con un restyling nelle forme e nella veste grafica, per continuare ad affermare la propria leadership. L'aperitivo più noto al mondo sfoggia il suo nuovo abito con l'innata eleganza di un mito, senza stravolgere uno stile imbattuto negli anni: il visual è sempre raffinato, la bottiglia è più slanciata, il logo, più chiaro e visibile, orgoglioso di se stesso.

Il restyling d'insieme è firmato da Claessens International, agenzia di Londra leader nel design e nella consulenza d'immagine di prodotto. Da questa collaborazione è risultata una perfetta proiezione del brand nella nuova bottiglia, in grado di tradurre nel linguaggio dei sensi i valori della marca e di parlare alle nuove generazioni.

Sin dalla nascita, nel 1860, Campari ha saputo tradurre il suo linguaggio grafico nei timbri stilistici della sua epoca, anticipando le tendenze e diventando a sua volta icona di moda e stile. Dall'ascolto di opere e musica da camera, generazioni si sono poi succedute a ritmo di swing, rock, house, lounge e Campari, onnipresente, non ha mai mancato un appuntamento.

Nel suo adeguarsi alle nuove generazioni, al rinnovamento di gusti e forme in corso, che ha visto il mercato degli alcolici puntare sempre di più allo stile della bottiglia, si presenta ancora una volta puntuale e lo fa reinventando le regole e senza sottomettersi alle mode.

"L'ultimo restyling è avvenuto nel '99 - dichiara Jean Jacques Dubau, Vice Direttore Marketing Internazionale Gruppo Campari - e abbiamo ritenuto fosse giunto il momento di studiare una nuova veste grafica in grado di proiettare ulteriormente Campari nel futuro, perpetuando la personalità e i valori del brand: passione, stile e contemporaneità. Un'immagine capace di parlare ai consumatori di sempre come alle nuove generazioni."

"Campari è un brand di prestigio, di grande tradizione ma soprattutto una marca in continua evoluzione. Lo conferma l'andamento dinamico anche sul mercato italiano, dove Campari si consolida sempre di più come prodotto simbolo nel momento dell'aperitivo" - afferma Andrea Montorfano, Direttore Marketing Italia Gruppo Campari.

Il **Gruppo Campari** è una delle realtà più importanti nel settore del *beverage* a livello mondiale. E' 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*. Nel segmento *spirit* spiccano marchi di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka e Cynar e marchi *leader* in mercati locali tra cui Aperol, CampariSoda, Glen Grant, Ouzo 12 e Zedda Piras e i brasiliani Dreher, Old Eight e Drury's. Nel segmento *wine* si distinguono oltre a Cinzano, noto a livello internazionale, Liebfraumilch, Mondoro, Riccadonna, Sella & Mosca e Teruzzi & Puthod. Infine, nei *soft drink*, campeggiano per il mercato italiano Crodino e Lemonsoda con la relativa estensione di gamma. 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.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

Cohn & Wolfe

Alessandra Ciuccarelli / Alice Albenga
Tel. 02 20239.1
Email: alessandra_ciuccarelli@cohnwolfe.com
/ alice_albenga@cohnwolfe.com

Website: www.campari.com

**Corporate Communications
Gruppo Campari**

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



LA NUOVA IDENTITÀ CAMPARI

Sottili, ma significativi, cambiamenti nella bottiglia, nel marchio, nell'etichetta, per la nuova identità Campari progettata da Claessens International. L'agenzia di design e consulenza d'immagine britannica ha tradotto il desiderio di rinnovamento di Campari con un linguaggio cosmopolita, in grado di andare diretto alle emozioni più forti e rinforzando il connubio tra il valore chiave della passione e l'inimitabile contenuto rosso.

La bottiglia si allunga e si impreziosisce, il *rosso Campari* riempie il collo allungato della bottiglia stessa sottolineando ancora di più il colore distintivo del prodotto. Si allargano le spalle in un profilo che risulta più slanciato verso l'alto. L'immagine si fa più eterea, complice la perdita di matericità, grazie all'utilizzo di un vetro più ricercato e al restyling delle etichette dalla forma ancor più caratterizzata, in grado di conferire maggior risalto al logo Campari. La nuova forma a "T" dell'etichetta frontale permette al colore rosso intenso del prodotto di emergere e al marchio, di manifestare la personalità forte, decisa e passionale.

L'oro del tappo si scalda, si arricchisce di una banda blu che, oltre al logo, riporta anche l'araldica del brand e ricorda con una sottile scritta l'origine di Campari.

Il lettering del logo Campari si alza e si snellisce e, nel farlo, trova proporzioni più simmetriche, riempie con più completezza il fondo blu, rendendo la scritta più distinguibile. L'etichetta si appropria di uno spazio tutto suo, imprimendo al visual uno sviluppo decisamente dinamico.

L'oro diventa protagonista sull'etichetta frontale, creando un *fil rouge* che completa e riquadra il visual centrale.

La parola Bitter rimane, ma cambia ruolo, diventando un'icona del brand e non un'indicazione di sapore. Anche la sottile fascia del fondo cambia e il made in Italy di Davide Campari campeggia su un fondo rosso intenso. Incuriosisce il *watermark* che si estende sullo sfondo della bottiglia, conferendo maggiore profondità all'etichetta.

La retro etichetta presenta i drink più famosi in versione contemporanea; spariscono gli steli e appare il bicchiere che propone il drink in versione Orange, con Seltz e On the rocks. L'immane fetta d'arancia scivola dal bordo del bicchiere e diventa parte integrante dei cocktail.

Mille particolari studiati con meticolosa abilità che confluiscono in un'unica immagine riconoscibile sempre, nuova come non mai.



Campari

Campari è oggi in Italia l'aperitivo per eccellenza e vanta posizioni di altissimo rilievo nei principali mercati mondiali, dove è presente in ben 190 Paesi.

Campari viene ottenuto dall'infusione in alcool e acqua di erbe amaricanti, piante, erbe aromatiche e frutta. La sua gradazione alcolica è di 25°. Ottimo "on the rocks", viene servito soprattutto come aperitivo, e può essere gustato anche come long drink. La bottiglia, dalla linea essenziale, semplice nelle forme, ha lo status di "oggetto" senza tempo e rappresenta la continuità della qualità del prodotto e della sua estrema duttilità, che ha permesso a Campari di essere sempre un protagonista della sua epoca.

Raro esempio nella storia del marketing e della comunicazione che rende Campari un marchio-status sempre di moda e attuale.

Campari è percepito come un aperitivo unico e inimitabile, classico, ma sempre al passo con i tempi, adulto, metropolitano e dall'immagine cosmopolita.

Come si beve

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. È, inoltre, utilizzato come ingrediente base dei cocktail Negroni o Americano. La sua unicità di gusto lo rendono inoltre "l'attore protagonista" nei due nuovi drink Campari Sour e Campari Wave.

Campari deve essere sempre servito molto freddo per esaltarne il gusto equilibrato. La bottiglia va conservata ad una temperatura fino a -5°C.





Scopri i drink Campari

LA NOVITA' : CAMPARI SOUR

4 cl Campari

6 cl sour

3 cl sprite

Ghiaccio

Mezza fetta d'arancia



LA NOVITA' : CAMPARI WAVE

3,75 cl Campari

3 cl succo d'arancia

Fragole frullate



CAMPARI ON THE ROCKS

Campari

Ghiaccio

Mezza fetta d'arancia



CAMPARI & SELTZ

Campari freddissimo

Seltz

Bicchiere gelato



CAMPARI ORANGE

1/3 Campari

2/3 succo d'arancia

Ghiaccio

Mezza fetta d'arancia



CAMPARI SHAKERATO

Campari

Ghiaccio

Shakerare bene e servire



CAMPARI & GIN

1/2 Campari

1/2 Gin

Ghiaccio

Mezza fetta d'arancia



AMERICANO

1/2 Campari

1/2 Vermouth Rosso Cinzano

Soda

Ghiaccio

Mezza fetta d'arancia



NEGRONI

1/3 Campari

1/3 Vermouth Rosso Cinzano

1/3 Gin

Ghiaccio

Mezza fetta d'arancia



NEGRONI SBAGLIATO

1/3 Campari

1/3 Vermouth Rosso Cinzano

1/3 Pinot Chardonnay Cinzano

Ghiaccio

Mezza fetta d'arancia

