



"THE SECRET"

SUL FILO DELLA SEDUZIONE SI GIOCA LA PASSIONE FIRMATA CAMPARI

Milano, 5 maggio 2005 – On air da domenica prossima, **8 maggio**, la nuova campagna pubblicitaria **Campari** intitolata "**The Secret**". Atmosfera da "Doppio Sogno" per il nuovo spot firmato da D'Adda, Lorenzini, Vigorelli, BBDO.

Il film, girato a Praga nel lussuoso Praha Hotel, è contrassegnato da atmosfere che non danno riferimenti spazio-temporali e che al contempo veicolano un'eleganza essenziale. Si tratta di un gioco sofisticato, trasgressivo e raffinato che viene accompagnato dalla colonna sonora originale di *Eyes Wide Shut* di Kubrick, "Masked Ball" (ballo in maschera), creata dalla francese Jocelyn Pook. La realtà e il suo doppio, sogno o specchio, si sviluppano sotto la cura della mano inconfondibile di Tarsem, regista indiano dal repertorio immaginifico, che ha prodotto filmati indimenticabili per famose marche internazionali, quali Levi's, Nike, Superga, Pepsi e che, ancora una volta, firma la regia della comunicazione Campari.

The Secret è il dipanarsi di un incontro, di un corteggiamento fatto di sguardi sino alla rivelazione finale. Un lui e una lei si inseguono. Sicurezza, mistero, complicità, si alternano sui due bellissimi volti. La rincorsa di lui, smoking addosso e Campari on the rocks tra le mani, tra corridoi di velluto e stanze lunari. Poi l'incontro e, nella sorpresa, il contenuto del bicchiere si rovescia dalle sue mani sulla scollatura di lei. Quasi a sfidarlo, lei abbassa il vestito e mostra un petto maschile; uno splendido uomo appare sotto il trucco femminile. Colpo su colpo ribatte l'inseguitore: slacciata la camicia, sciolti i capelli appare una bellissima donna dai tratti orientali. Il ribaltamento è avvenuto, il segreto svelato. Chi erano realmente? Cosa succederà dopo? All'immaginazione dello spettatore il finale desiderato.

La voce fuori campo recita: **Campari Red Passion.**

"Con questa nuova campagna pubblicitaria Campari intende consolidare il posizionamento di Red Passion attraverso un'esecuzione coraggiosa e innovativa che rafforzi la marca come punto di riferimento per un target di consumo dinamico e moderno." – commenta **Andrea Montorfano**, Direttore Marketing Italia Gruppo Campari - *"La scelta di Tarsem, autore dei due precedenti episodi Il Graffio e Il Duello, conferma la volontà dell'azienda di puntare su un approccio di comunicazione all'avanguardia che possa ulteriormente stimolare lo sviluppo di Campari".*

Torna così la Red Passion di Campari e disegna nuovi confini della passione, puntando alla sua anima sensuale e raffinata. Il rosso, sinonimo di Campari, è il vero protagonista del filmato grazie ad una punteggiatura cinematografica inconfondibile, che si riaggancia agli spot del passato dalla firma di Federico Fellini (1984), passando poi per la Campari's Fantasy impersonata da Kelly Le Brock (1986), alias la Signora in Rosso, fino ai più recenti "Il Graffio" (1998), che ha introdotto il concetto di RED PASSION, proseguito con "Il Duello" (2001) e firmati entrambi da Tarsem.

*"Campari torna a raccontare il tema della trasgressione interpretando il lato più intrigante di uno strano "gioco delle parti" per dare una nuova e ancora più attuale visione della passione." - dichiara **Gianpietro Vigorelli**, Vicepresidente dell'agenzia D'Adda, Lorenzini, Vigorelli, BBDO - "The Secret" è uno spot che scardina la quotidianità perché alla fine, in un mondo in cui tutti cercano un'identità, il massimo della provocazione è averne due."*

La campagna punta direttamente ad un focus target 25-34 anni, fatto da persone aperte alle novità, attente alle tendenze e ai linguaggi innovativi e di moda, dinamiche, con uno stile di vita moderno e che amano esprimere la propria individualità anche attraverso scelte di consumo che riflettono questo atteggiamento.

Lo spot "The Secret" andrà in onda nelle versioni da 60" e 30" su Mediaset, La7, MTV, All Music, Sky, SportItalia per un investimento lordo previsto di oltre 10 milioni di euro e nei più importanti circuiti cinematografici nel formato da 60".

Il Gruppo Campari

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.

Per informazioni:

Alessandra Ciuccarelli/Alice Albenga, Cohn & Wolfe – Tel. 02 20239.1
alessandra_ciuccarelli@cohnwolfe.com

Chiara Bressani, Corporate Communications Gruppo Campari – Tel. 02 62 25 206
chiara.bressani@campari.com