



CAMPARI® DÀ IL VIA ALLA “BITTERSWEET CAMPAIGN”

PROTAGONISTA L’ATTRICE HOLLYWOODIANA KATE HUDSON, STAR DEL CALENDARIO CAMPARI 2016

NEW YORK (18 novembre 2015) – Campari® svela oggi a New York tutti gli scatti del suo iconico Calendario 2016 intitolato “BitterSweet Campaign”, che vede protagonista l’affascinante e carismatica attrice e imprenditrice americana Kate Hudson.

La bionda star di Hollywood si è messa in gioco vestendo i panni di due diversi personaggi che, in occasione della diciassettesima edizione del Calendario Campari, interpretano gli aspetti bitter e sweet degli intriganti e versatili cocktail a base Campari.

Il nuovo Calendario gioca, con ironia, sulla natura propria di ciascuna elezione, chiedendo alle persone di prendere una posizione, esprimere un’opinione e votare l’aspetto dei cocktail Campari in cui si identificano maggiormente: Bitter o Sweet.

Inoltre, nella Bitter Sweet Campaign, riveste un ruolo fondamentale anche la sempre più crescente popolarità di tutto ciò che riguarda il gusto bitter nel mondo della mixology e del food.

Le diverse sfaccettature della “campagna” riflettono l’inconfondibile gusto Campari, dalla natura duplice ma complementare, in cui prevale il lato bitter o, al contrario, quello sweet, in base al tipo di miscelazione.

Una sfida che culminerà nell’*election day* del 1° marzo 2016.

Nelle tredici immagini del Calendario, Kate Hudson incarna le due anime di Campari interpretando due diverse candidate nel corso di una campagna elettorale: una che si fa portavoce del sapore bitter e accattivante, l’altra promotrice di una dolcezza intrigante e più delicata. Tutti gli scatti, ad opera del celebre fotografo internazionale di moda Michelangelo di Battista, prendono vita grazie alle ambientazioni spettacolari e a splendidi outfit realizzati da celebri stilisti, tra i quali spiccano i nomi di Vivienne Westwood, Versace, Halston, Brian Atwood e Christian Louboutin.

Kate Hudson ha commentato così il proprio ruolo di protagonista nel Calendario Campari 2016: *“Per me questo progetto ha significato molto più che la semplice realizzazione di un buon calendario: si è trattato di un processo creativo che ha dato vita a una splendida storia. L’aspetto più stimolante di questa favolosa campagna è stato impersonare due anime diverse, in modo che lo stile narrativo delle immagini fosse*



creativo e fantastico, e penso che l'obiettivo sia stato pienamente raggiunto. Se, come persona credo di essere più incline al carattere sweet, è certo che le mie papille gustative adorano il gusto bitter! Il tema di quest'anno lancia un messaggio molto forte: chiede alle persone di lottare per quello in cui credono. Il Calendario 2016 conferma la piena consapevolezza che Campari ha di sé: calandosi nell'attualità, il brand dimostra che, pur essendo un grande classico, avrà sempre una presenza stabile all'interno del contesto internazionale contemporaneo".

Il fotografo internazionale di moda **Michelangelo Di Battista**, forte di oltre 20 anni di esperienza nel settore, porta alla luce questa intrigante dualità in tutte le immagini del Calendario. La dedizione e la passione che Michelangelo ripone nella propria arte lo hanno portato a sviluppare uno stile fotografico unico e irripetibile, caratterizzato da una luminosità ricca di mistero emanata dai soggetti ritratti, che emerge in modo evidente nel Calendario Campari 2016.

Michelangelo Di Battista ha così commentato il suo contributo alla realizzazione del Calendario: *"L'aspetto del Calendario Campari che ho apprezzato maggiormente è stata la flessibilità del tema. Come fotografo ho avuto l'opportunità di contribuire al progetto mettendo a disposizione il mio senso estetico e lo stile che mi contraddistinguono e che ben riflettono il brand Campari. Era importante che le fotografie potessero funzionare sia singolarmente, sia insieme. Lavorare con Kate mi ha permesso di confermare che entrambi puntiamo alla perfezione, o almeno a risultati che ci si avvicinino il più possibile. È stata una collaborazione perfetta e credo che siamo riusciti a raggiungere gli obiettivi prefissati".*

Bob Kunze-Concewitz, CEO del Gruppo Campari ha dichiarato: *"Sono entusiasta di lanciare il nuovo Calendario Campari, BitterSweet Campaign, qui a New York, perché ci permette di celebrare ancora una volta l'unicità di Campari. Il nostro brand è una vera icona in continua evoluzione, che è passato dall'essere un aperitivo tipico italiano a un marchio globale contemporaneo famoso in tutto il mondo. Penso che il tema del Calendario di quest'anno, ispirato all'iconografia e ai meccanismi tipici delle elezioni, riesca a cogliere in pieno la nostra natura. Il fine è quello di mostrare che in ogni storia, persona o prodotto possano convivere sempre due anime, come nel caso di Campari. Kate Hudson ha saputo incarnare alla perfezione entrambi gli aspetti di Campari, aggiungendo quella giusta dose di teatralità e seduzione che ha permesso al genio creativo di Michelangelo di esprimersi in tutta libertà, in un Calendario in cui modernità e classicismo trovano un perfetto equilibrio".*



Per la prima volta nella storia del Calendario Campari, i consumatori rappresentano il fulcro della campagna. Il pubblico è chiamato a esprimere le proprie opinioni e a prendere una posizione, interagendo con ciascuna della due parti – bitter e sweet - tramite i social network di Campari.

Inoltre, è stata creata una [piattaforma](#) online dedicata attraverso la quale i consumatori potranno accedere a tutti i contenuti creati, controllare l'andamento delle due parti, fare il test BitterSweet per vedere in quale dei due aspetti ci si identifica maggiormente e, cosa più importante, votare e schierarsi!

Il Calendario Campari, di cui verranno stampate solo 9.999 copie, non sarà in vendita ma verrà distribuito agli amici di Campari in tutto il mondo.

L'ideatore del tema del Calendario, la BitterSweet Campaign, è Leo Burnett Milan, che ha lavorato a fianco del fotografo Michelangelo Di Battista, degli Executive Creative Director Alessandro Antonini e Francesco Bozza, della Creative Director Anna Meneguzzo, dell'Associate Creative Director Andrea Marzagalli, della Senior Art Director Alessia Casini e dei Designer Melissa Longa e Josè Mario Vuolo.

-FINE-

www.campari.com

www.bittersweetcampaign.com

#CampariCalendar - #goBitter - #goSweet



CALENDARIO CAMPARI

Il Calendario Campari rientra tra i calendari artistici più iconici a livello mondiale. Distribuito in sole 9.999 copie in edizione limitata, rappresenta un piccolo tesoro da collezione per la gioia di chi lo riceve e costituisce un tributo alla passione, grazie alla mano talentuosa dei fotografi di fama che ogni anno contribuiscono alla sua realizzazione.

CAMPARI

Campari è un classico contemporaneo e versatile. La ricetta segreta, rimasta invariata, è nata a Novara nel 1860, ed è la base di alcuni dei cocktail più famosi in tutto il mondo. Campari è una bevanda alcolica ottenuta dall'infusione in alcol e acqua di erbe amaricanti, piante aromatiche e frutta. L'acceso colore rosso, l'aroma intenso e il gusto inebriante lo rendono da sempre l'icona



dell'aperitivo in tutto il mondo. Sono questi i valori che hanno reso il marchio Campari icona dello stile, della passione e dell'eccellenza italiani.

PROFILO DEL GRUPPO CAMPARI

Davide Campari-Milano S.p.A., con le sue controllate ('Gruppo Campari'), è uno dei maggiori *player* a livello globale nel settore del *beverage*. E' presente in **oltre 190 paesi** del mondo con posizioni di primo piano in Europa e nelle Americhe. Il Gruppo, fondato nel 1860, è il **sesto per importanza nell'industria degli spirit di marca**. Il portafoglio conta oltre 50 marchi e si estende dal *core business* degli *spirit* a *wine* e *soft drink*. I marchi riconosciuti a livello internazionale includono **Aperol, Appleton Estate, Campari, SKYY** e **Wild Turkey**. Con sede principale in Italia, a Sesto San Giovanni, Campari conta 16 impianti produttivi e 2 aziende vinicole in tutto il mondo, e una rete distributiva propria in 19 paesi. Il Gruppo impiega circa 4.000 persone. Le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. (Reuters CPRI.MI - Bloomberg CPR IM) sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana dal 2001. Per maggiori informazioni: <http://www.camparigroup.com/it>.

Bevete responsabilmente.

Gruppo Campari

Paola Paletti Tel +39 02 62251

Paola.Paletti@campari.com

Havas PR Milan

Marianna Lovagnini - Tel +39 02 85457040

marianna.lovagnini@havaspr.com