



COMUNICATO STAMPA

Al via la nuova campagna TV di Campari Mixx “MIXXABILITY”

Milano, 14 maggio 2004 – **Parte domenica 16 maggio** e sarà in onda per nove settimane **la nuova campagna televisiva di Campari Mixx “Mixxability”**, uno spot ideato ancora una volta da D’Adda, Lorenzini, Vigorelli, BBDO.

Campari Mixx, nei suoi quattro gusti Red, Orange e i nuovi Peach e Lime, torna con un nuovo spot per dare colore e dinamismo ad un party giovane e coinvolgente, in un’atmosfera complice ed armoniosa, dove i protagonisti vivono un’esperienza unica di vera fusione.

Uno spot originale, caratterizzato da ricercati effetti speciali, che enfatizzano il concetto di “*mixxability*” che Campari Mixx porta nel suo stesso nome.

Autore dello spot è Matt Kirkby, un giovane regista inglese, che ha al suo attivo diversi spot per importanti brand internazionali.

Lo spot, realizzato in formati da 30 e 15 secondi, è stato prodotto da (h) e andrà in onda su Canale 5, Italia 1, La7, MTV, All Music, Sky.

L’investimento totale previsto per l’anno 2004 è di **circa €10 milioni**.

Campari Mixx. Easy 2 drink.

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 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, Aperol, Aperol Soda, Sella & Mosca, Zedda Piras, Biancosarti, Barbieri, Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda in Italia, SKYY Blue negli USA, 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 circa 1.550 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.

Per ulteriori informazioni:

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

Website: www.campari.com

Trade Communications

Patrizia Beretta
Tel.: +39 02 6225 339
Patrizia.beretta@campari.com

Moccagatta Pogliani & Associati
Tel.: +39 02 8693806
Email: segreteria@moccagatta.it

Trama - Mixxability (30")

E' sera. Siamo all'interno di un locale, dove si sta svolgendo un party. Il Dj mette la musica che accompagna i movimenti dei ragazzi che, molto coinvolti nella festa, ballano al centro della pista. Un ragazzo, facendosi strada tra la folla, raggiunge il bancone del bar e chiede un Campari Mixx. Il barista glielo porge, il ragazzo lo prende e si volta per allontanarsi, quando scopriamo qualcosa di strano. Il ragazzo infatti incrocia una ragazza, ma al contrario di quello che ci si potrebbe aspettare, con un movimento estremamente affascinante, le passa "attraverso" mescolandosi per un istante con lei.

E' questo un effetto speciale che accomuna tutti coloro che stanno sorseggiando Campari Mixx: due ragazze che ballano scatenate, dei ragazzi che brindano con le bottiglie, una ragazza che passa attraverso a dei ragazzi seduti ai tavoli. Insieme al pack shot dei quattro gusti di Campari Mixx (red, orange, peach, lime), assolve il super:

"Now you can mixx more".

Il protagonista ha finito il suo Campari Mixx ed esce dal locale. Prima di andare via, poggia la bottiglia vuota di Campari Mixx su un tavolino e a quel punto, come se avesse perso il segreto della sua mixxability, si scontra con una bellissima ragazza.

I due si guardano e si sorridono con complicità mentre assolve il super:

Campari Mixx. Easy 2 Drink.

Scheda tecnica - Mixxability

Agenzia	D,L,V, BBDO
Cliente	Gruppo Campari (Direttore Marketing Italia: Andrea Montorfano; Marketing Manager monodose e soft drink Italia: Paola Chiogna; Product Manager: Diego Savarese)
Prodotto	Campari Mixx
Titolo	Mixxability
Durata	1x30" + 1X15"
Direttore creativo/Copy writer	Vicky Gitto
Casa Di Produzione Italia	(h)
Executive Producer	Silvia Cattaneo
Producer	Matthew Fone
Regia	Matt Kirkby
Art Director	Giovanni Settesoldi
On Air Prima Volta	16 maggio 2004
Reti televisive	Canale 5, Italia 1, La7, MTV, All Music, Sky
Centro Media	Longhi&Associati