

CAMPARI GROUP

COMUNICATO STAMPA

È ONLINE IL NUOVO SITO DI CAMPARI GROUP

Rinnovata la presenza online del Gruppo: un nuovo design e un taglio da magazine per un sito che rappresenta la voce di Campari in tutto il mondo

Milano, 15 luglio 2020

Campari Group, azienda leader nel settore dei premium spirits, rinnova la propria presenza online con un sito dal taglio fortemente editoriale, che organizza i contenuti in un flusso in continua evoluzione e aggiornamento.

Il sito, che si conferma primo e unico canale di riferimento per tutte le informazioni istituzionali, fa convergere tutte le informazioni di rilevanza globale e locale, per trasmettere la **voce del Gruppo e delle sue sedi nel mondo**.

Esempio perfetto di come il Gruppo dia voce alle attività locali di rilevanza globale è la sezione **Stronger Together** che raccoglie tutte le principali iniziative del Gruppo attuate sin dall'insorgere dell'emergenza sanitaria Covid 19 e attraverso tutte le sue diverse fasi nei vari Paesi in cui Campari opera. Le notizie sono di facile consultazione per tutti i visitatori grazie alla loro categorizzazione di luogo, tipologia, e soggetti a cui le iniziative si rivolgono. Campari Group ha infatti risposto alla crisi impegnandosi attivamente e sostenendo le comunità locali, le istituzioni, i propri partner e il settore *hospitality* attraverso donazioni, produzione di gel igienizzante, fondi di assistenza, corsi di formazione e molte altre iniziative in tutti i Paesi del mondo in cui è presente.

La sezione **News&Media** diventa il punto da cui, attraverso un originale motore di ricerca, l'utente può accedere a qualsiasi contenuto del sito, grazie a un percorso trasversale che permette al visitatore di seguire i temi più in evidenza. Lo scopo è stimolare il visitatore a navigare attraverso contenuti di diversa natura, guidandolo in una piena fruizione della narrazione della marca.

L'approccio editoriale si esprime in particolare nella sezione "The Spiritheque". A metà strada tra la riscoperta di un archivio segreto e una galleria d'arte virtuale, The Spiritheque racconta di luoghi e persone, misteri e suggestioni dal mondo delle proprie marche. Un percorso originale tra narrazione e illustrazioni animate, che esplora il patrimonio immateriale del Gruppo e delle sue marche in chiave contemporanea e innovativa, declinandolo attraverso storie vere, aneddoti, "leggende" e restituendo al lettore atmosfere sempre inedite e originali.

Filo conduttore tra questi contenuti, un binomio che intreccia Campari e **il mondo dell'arte e della cultura**, già a partire dagli albori della sua storia, quando l'arte pubblicitaria contribuì alla costruzione del marchio oggi noto in tutto il mondo. Da allora, la storia di Campari Group è costellata dall'ingresso di **decine di nuove marche**, dal forte valore identitario, legate indissolubilmente ai Paesi e alle rispettive culture di origine.

Il design del sito, completamente rinnovato, nasce da uno studio approfondito del connubio tra l'immenso patrimonio storico e culturale di Campari e la sua dimensione di Gruppo internazionale con marchi e persone provenienti da ogni parte del mondo. **L'estrema cura estetica** risponde inoltre alla volontà di trasmettere la continuità del legame che da sempre unisce Campari al mondo del **design d'eccellenza**.

È proprio l'elemento visivo il tratto distintivo della narrazione delle attività del Gruppo. Il pantone blue - creato ad hoc, così come il **nuovo font proprietario disegnato in esclusiva**, sono parte della nuova **immagine sobria, elegante, ma anche avanguardista**, con cui il Gruppo si presenta a tutti i suoi interlocutori.

I contenuti multimediali sono arricchiti da **video interviste ai "master blender e distiller"**, custodi delle segretissime ricette di alcuni tra i prodotti più distintivi. Nelle pagine dedicate agli **investitori** è possibile invece approfondire il percorso di crescita ed espansione globale perseguito da Campari Group negli ultimi 25 anni, dalle prime acquisizioni, passando attraverso la quotazione in Borsa e l'affermazione sui mercati internazionali.

Evolute e ampliate anche due sezioni prioritarie, in cui si racconta l'approccio dell'azienda alla **sostenibilità** e alle proprie **persone**. In quest'ultima sezione, vengono presentati la missione, i valori e la cultura di Campari Group, così come la "Camparista Experience": **attraverso l'esperienza diretta delle sue persone**, nel video "**Our Signature Mix**", i dipendenti mostrano il significato dell'essere parte del mondo Campari.

Il nuovo sito simboleggia il **coronamento di un ampio progetto di costruzione della marca corporate**, iniziato con una ridefinizione della *brand identity* che esprimesse al meglio **le origini italiane, lo spirito fortemente imprenditoriale e la vocazione internazionale** riflettendo la realtà di un Gruppo in continua evoluzione.

*"Il nuovo sito **camparigroup.com** – commenta **Enrico Bocedi, Direttore della Comunicazione Corporate di Campari Group** - è l'ultima tappa di un percorso di creazione della marca corporate e va di pari passo con la continua evoluzione del Gruppo, impegnato a sostenere una realtà in crescita in un contesto sempre più globale e articolato. Siamo lieti che questo avvenga nell'anno in cui compiamo 160 anni: un'occasione per fare il punto sulla strada fatta finora e guardare alle prossime sfide future che ci attendono".*

Profilo di Campari Group

Campari Group è uno dei maggiori player a livello globale nel settore degli spirit, con un portafoglio di oltre 50 marchi che si estendono fra brand a priorità globale, regionale e locale. I brand a priorità globale rappresentano il maggiore focus del Gruppo e comprendono **Aperol, Appleton Estate, Campari, SKYY, Wild Turkey e Grand Marnier**. Il Gruppo, fondato nel 1860, è il sesto per importanza nell'industria degli spirit di marca. Ha un network distributivo su scala globale che raggiunge oltre 190 Paesi nel mondo, con posizioni di primo piano in Europa e nelle Americhe. La strategia del Gruppo punta a coniugare la propria crescita organica, attraverso un forte *brand building*, e la crescita esterna, attraverso acquisizioni mirate di marchi e *business*.

Con sede principale in Italia, a Sesto San Giovanni, Campari Group conta 22 impianti produttivi in tutto il mondo e una rete distributiva propria in 21 paesi. Il Gruppo impiega circa 4.000 persone. Le azioni della

capogruppo Davide Campari-Milano N.V. (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

* * *

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

Corporate Communications

Enrico Bocedi

Tel. +39 02 6225 680

Email: enrico.bocedi@campari.com

<http://www.camparigroup.com/en>