

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD,  
BABY!

## IT'S THE END OF THE WORLD, BABY!

### IL CALENDARIO CAMPARI 2012 BRINDA ALLA VITA

Milano, 27 Ottobre 2011 – E' stata presentata oggi a Milano la 13<sup>ma</sup> edizione del **Calendario Campari**.

Con il titolo *It's the end of the world, baby! E' la fine del mondo, baby!* il Calendario Campari 2012 "gioca" con la profezia dell'antica civiltà Maya, che prevede per il 21/12/2012 la fine del mondo come lo conosciamo noi e l'inizio di un periodo di grande trasformazione.

Campari reagisce con energia positiva a questo oscuro scenario e senza compromessi, in controtendenza con l'atteggiamento generale. Campari interpreta visivamente le diverse teorie in una serie di immagini coinvolgenti e di grande impatto.

La super model e attrice [Milla Jovovich](#), viene ritratta magistralmente in 12 scatti decisamente fuori dall'ordinario. Ideato per trasportare il pubblico in un sensazionale viaggio visivo, il Calendario interpreta le surreali immagini della fine del mondo.

Attraverso molteplici scenari, ispirati alla cinematografia moderna da un lato e alla mitologia dall'altro, il Calendario Campari mostra avvenimenti davvero sorprendenti: dalla *desertificazione* all'*uragano*, dall'*invasione aliena* alla *caduta dei meteoriti*. Indossando magnifici abiti d'alta moda, Milla Jovovich ipnotizza con la sua determinazione, affascina evocando potere e controllo sull'ignoto e brinda. Brinda alla vita insieme a Campari.

Campari vuole celebrare la vita, l'energia positiva di ogni nuovo inizio e lo fa con creatività e ottimismo, incoraggiando tutti a vivere momenti memorabili di intensa passione e a dividerli in un brindisi.

**Milla Jovovich** commenta così la sua esperienza: *"Questa è stata una sfida molto eccitante per me, sia come modella sia come attrice. Entrambi i ruoli hanno contribuito a dare un tocco teatrale e sofisticato a ciascun avvenimento rappresentato. Il progetto mi ha conquistata da subito, perché si basa su una potente ispirazione e perché rivela un approccio positivo: celebra la vita con un brindisi speciale, con tutte le persone care."*

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD,  
BABY!

E' **Dimitri Daniloff**, uno dei più interessanti esponenti della fotografia internazionale, a realizzare la 13<sup>ma</sup> edizione del calendario Campari. Una scelta quasi naturale per scatti che descrivono una storia totalmente mistica. Il fotografo parigino infatti, cattura ogni scenario surreale trasformandolo in una realtà sorprendente e modellando ciascuno scatto in ogni minimo particolare. Un processo lungo e laborioso, completato da vibranti effetti speciali, che hanno dato vita ad una vera e propria opera d'arte.

Daniloff parla così del suo lavoro: *“Mi entusiasma l’opportunità di lavorare con idee forti come queste. Quando Campari mi ha trasferito l’idea, ovvero la rappresentazione di un mondo surreale, sapevo che sarebbe stato il progetto perfetto per me. Ho voluto dare a ciascun scenario una luce positiva, cercando di ricreare gli avvenimenti in modo molto scenografico. Gli abiti, lo styling e il set sono stati una parte fondamentale. Talvolta un’acconciatura particolarmente elaborata, altre un trucco molto accurato, ma soprattutto Milla, la vera star di questo progetto fotografico, lo hanno reso spettacolare e incredibilmente glamour”.*

La partecipazione di Milla Jovovich segna il ritorno ad una protagonista femminile per il Calendario Campari dopo Benicio del Toro, il primo protagonista maschile della storia dei Calendari Campari. Milla Jovovich ricalca le orme di alcune delle donne più belle del mondo che hanno dato volto alle pagine dei precedenti Calendari. Tra queste Salma Hayek, Eva Mendes e Jessica Alba.

**Bob Kunze-Concewitz**, CEO del Gruppo Campari, ha aggiunto: *“Quest’anno abbiamo voluto osare dal punto di vista creativo, scegliendo di dare un taglio fantasioso alle possibilità future, a quello che si dice sarà un periodo di trasformazioni. E’ la nostra mission offrire agli amanti di Campari un momento intenso e positivo, per celebrare tutto ciò che accade e brindare alla vita. Milla, con il suo stile misterioso e intrigante, si è rivelata una scelta perfetta per interpretare questo concetto. E nessuno meglio di Dimitri poteva dar vita al mistero che ispira le immagini.”*

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD  
BABY!

L'idea creativa di *It's the end of the world, Baby!* è di **Euro RSCG Milano**. Con Dimitri Daniloff hanno lavorato al progetto i direttori creativi Eric Loi e Dario Villa, con la direzione creativa esecutiva di Giovanni Porro. Un'opera creativa imponente e pensata di forte impatto, che spinge il percepito di chi guarda oltre la visione semplice di un'immagine, ispirando la ricerca di una nuova energia vitale. Ogni singola scena, cattura e trasmette la forza positiva di uno scenario che muta. 13 immagini d'autore che brindano alla vita.

La produzione esecutiva è stata affidata alla **SeaSun Production**.

Il Calendario Campari, con una tiratura di sole 9.999 copie sarà distribuito agli amici di Campari di tutto il mondo.

**Per ulteriori informazioni consultare :**

[www.campari.com](http://www.campari.com)

<http://www.facebook.com/campari>

[www.camparigroup.com](http://www.camparigroup.com)

**Note ai redattori**

Per ulteriori informazioni sulla storia del Calendario Campari e le precedenti edizioni, vi preghiamo di consultare:

[http://www.camparigroup.com/en/press\\_media/calendar/calendar.jsp](http://www.camparigroup.com/en/press_media/calendar/calendar.jsp)

**FTP per i media:**

[ftpeu.mycampari.com](http://ftpeu.mycampari.com)

Login: CCalendar2012M

Pwd: M20c12c

**Materiale Calendario Campari per la Stampa:**

- Press kit
- Immagini del Calendario Campari
- Immagini BTS/Dietro le quinte
- video BTS/Dietro le quinte 3 minuti
- Interviste Video
- Immagini Conferenza Stampa (28 Ottobre)
- Immagini Evento (28 Ottobre)
- Immagini Red Carpet (28 Ottobre)

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD  
BABY!

**Per ulteriori informazioni contattare:**

**Campari Italia**

Paola Baravalle – PR Manager Campari Italia  
Tel. +39 02 6225.1

[paola.baravalle@campari.com](mailto:paola.baravalle@campari.com)

**D'Antona & Partners**

Sabrina Viotti - Tel +39 02 85457048

[s.viotti@dandp.it](mailto:s.viotti@dandp.it)

Alice Olivieri - Tel +39 02 85457038

[a.olivieri@dandp.it](mailto:a.olivieri@dandp.it)

**Calendario Campari**

Il Calendario Campari è uno dei più emblematici calendari artistici a livello mondiale. Distribuito in edizione limitata internazionale, solo 9.999 copie, è un piccolo bene di lusso collezionabile per i pochi fortunati che lo riceveranno ed è un tributo al talento di classe mondiale ed ai fotografi che ogni anno lo creano.

**Campari**

Campari è un classico contemporaneo. La ricetta, da sempre immutata, è nata a Novara nel 1860 ed è la base di alcuni dei più famosi cocktails in tutto il mondo. Campari è una bevanda alcolica ottenuta dall'infusione di erbe bitter, piante aromatiche e frutta in alcol e acqua. Con il suo distintivo colore, aroma e sapore, Campari è sempre stato un simbolo di passione – passione che si esprime in termini di seduzione e sensualità. Questi sono i valori che hanno reso Campari un brand famoso in tutto il mondo, un'icona dell'eccellenza e dello stile Italiani.

**Gruppo Campari**

Davide Campari – Milano S.p.A, con i suoi consociati ("Gruppo Campari") è uno dei maggiori gruppi mondiali nel settore delle bevande, presente in oltre 190 nazioni in tutto il mondo, leader nei mercati Italiano e Brasiliano e con una forte presenza negli USA e nel Continente Europeo. Il Gruppo vanta un ricco e vasto portfolio su tre segmenti commerciali: spirit, wine e soft drinks. Nel segmento spirit spiccano brand rinomati a livello internazionale come Campari, Carolans, SKYY Vodka e Wild Turkey. Ha anche marchi leader a livello regionale come Aperol, Cabo Wabo, Camparisoda, Cynar, Frangelico, Glen Grant, Ouzo 12, X-Rated Fusion Liqueur, Zedda Piras e i brand locali Brasiliani Dreher, Old Eight e Drury's. Nel segmento wine spicca il marchio mondiale Cinzano e importanti brand regionali tra cui Liebfraumilch, Mondoro, Odessa, Riccadonna, Sella&Mosca e Teruzzi&Puthod. Il segmento soft drink comprende l'aperitivo analcolico Crodino e Lemonsoda con le rispettive estensioni di gamma che dominano il mercato italiano. Il Gruppo ha oltre 2.200 dipendenti Le azioni dell'azienda capogruppo, Davide Campari-Milano S.p.A. (Reuters CPRI.MI - Bloomberg CPR IM), sono quotate alla Borsa Valori Italiana. [www.camparigroup.com](http://www.camparigroup.com)

**Milla Jovovich: Biografia**

Milla Jovovich si è affermata con successo come una stimatissima modella e attrice a livello internazionale. Jovovich è passata alla carriera di attrice a tempo pieno senza fatica, recitando nel ruolo di protagonista in oltre venti film. A undici anni Jovovich è stata notata dal fotografo Richard Avedon che l'ha ritratta nella campagna Revlon "Most Unforgettable Women" (le Donne Più Indimenticabili). Da allora Milla è apparsa su centinaia di riviste e in decine di copertine. Nel 1994 Milla ha pubblicato un disco folk acclamato dalla critica, *The Divine Comedy*. Ispirata dall'amore per gli "elfi e gli alberi magici", Milla ha scritto i testi quando aveva 15 anni e ha inciso l'album a soli 16 anni. Ora ha appena terminato di girare "I Tre Moschettieri in 3D" dove indossa i panni di "Milady de Winter". Oltre a lei nel cast internazionale del film figurano Christoph Waltz, Matthew Macfadyen, Mads Mikkelsen e Juno Temple. Il film, distribuito da Summit Entertainment, esce nelle sale il 14 Ottobre 2011 .

**Dimitri Daniloff: Biografia**

Nato nel 1970, Dimitri Daniloff ha scoperto l'amore per la fotografia per caso mentre studiava in una facoltà scientifica quando un amico gli regalò una macchina fotografica. "Per me è stata una rivelazione" ricorda con affetto Daniloff che dopo un solo giorno di sperimentazioni con la macchina scoprì la sua grande passione per la fotografia. Immediatamente lasciò gli studi e cominciò a dedicarsi all'arte fotografica. Dopo aver terminato l'apprendistato iniziò a lavorare come assistente di un fotografo con il compito di accompagnarlo in tutto il mondo nei suoi viaggi in Europa e negli Stati Uniti, prima di mettersi in proprio nel 1998.

Dimitri è ossessionato dal vivere nel presente e svuotare anzitempo il futuro; la sua serie "Cubismo" rivela questo approccio futuristico con il quale cerca di superare i limiti dell'immagine, reinventare e allargare i confini. La sua creatività implica distorsioni erudite e manipolazioni che gli hanno permesso di costruirsi una notevole fama nell'ambito del mondo fotografico.

Daniloff ha adattato quest'estetica digitale per promuovere un rinnovamento della fotografia pubblicitaria che secondo lui è in crisi sin dall'inizio del 21<sup>mo</sup> secolo. Lavora continuamente per cercare un altro stratagemma per sorprendere il pubblico.

Questo artista francese ha vinto un Gold Lion a Cannes nel 2003 con una campagna pubblicitaria per Playstation e le sue foto sono state esposte al Museo Les Arts Décoratifs, Le Louvre, Parigi come rappresentante della nuova generazione di fotografi.