



1932-2012: 80 anni di primati

La bottiglia del Camparisoda monodose nasce nel 1932. L'idea di darle la forma di un calice rovesciato venne a Fortunato Depero, che dal 1926 creava slogan e immagini pubblicitarie per Campari. Nell'Archivio Campari non esistono disegni a confermarlo, se non quelli eseguiti dalla Vetreria Angelo Bordoni e Figlio per la realizzazione della nuova bottiglia. Tuttavia l'originale linea iconica di matrice futurista deriva da due modelli in legno progettati da Depero nel 1926-1927 per due "pupazzi" che bevono Campari da un bicchiere a corpo conico. L'idea del calice a cono rovesciato si trova anche in altre tre versioni pubblicitarie di Depero per Campari della fine degli anni Venti: un collage a colori dell'Aperitivo Bitter Campari (1928), un disegno a matite colorate del Campari Soda con una bottiglia a forma di cono, con al vertice una corona dentellata, e uno schizzo a china e matita acquerellata dal titolo Campari 1.50 (1930-1931).

Davide Campari decise di spogliare la bottiglia dell'etichetta per far risaltare la particolare tonalità di rosso brillante attraverso il vetro e stampò a rilievo il nome del marchio e della ditta:

PREPARAZIONE SPECIALE- DAVIDE CAMPARI & C. - MILANO – CAMPARISODA.

I tratti distintivi della bottiglia – la forma, il colore ed il materiale – rappresentano decisivi elementi di rottura con le convenzioni delle forme pubblicitarie dell'epoca.

Grazie alla sua facilità d'uso, un'innovazione sensazionale per l'epoca, la bevanda costituì la soluzione ottimale per tutte le occasioni in cui si doveva servire un aperitivo in modo semplice e veloce.

1932-1942

Camparisoda: l'aperitivo futurista

Fortunato Depero (1892-1966) fu uno dei rappresentanti più attivi e illustri del Futurismo. Nel 1919 aveva creato la Casa d'Arte Futurista, che svolgeva le stesse funzioni di un'odierna agenzia di pubblicità. Fu lui a mettere a punto, proprio per Davide Campari, l'originale strategia di comunicazione che è ancora oggi di una

straordinaria attualità. Per Depero: "l'arte deve marciare di pari passo all'industria, alla scienza, alla politica, alla moda del tempo, glorificandole".

Fu Depero a ideare la prima bottiglia tronco conica (di vetro e senza etichetta).

Camparisoda è il primo prodotto italiano a essere venduto predosato e in confezioni monodosi; si riconosceva e si imponeva per la forza della sua forma e dal suo colore inconfondibili. Nel 1932 Davide Campari ordina la produzione della bottiglia alla Vetreria Bordoni. Tra il 1932 e il 1936, con le campagne pubblicitarie di Primo Sinopico e di Enrico Sacchetti, Camparisoda è il primo aperitivo a essere raffigurato sulla sabbia del deserto o della spiaggia e il sodalizio Campari – Depero esprime un'imprenditoria illuminata, che sa allearsi alla genialità futurista.

1952-1962

Camparisoda: l'aperitivo che corre col tempo



È il creativo Franz (Carlo) Marangolo (1912-?), formidabile illustratore e grafico pubblicitario dal tratto indimenticabile (aveva esordito nella Parigi surrealista degli anni Trenta con Elsa Schiaparelli e nel 2012 avrebbe compiuto 100 anni) che fa entrare Camparisoda nel frigorifero di tutte le famiglie italiane grazie alle sue immagini vitali, leggere e dinamiche. Sono gli anni veloci ed esaltanti del boom economico e Camparisoda è il primo aperitivo “portatile” che accompagna gli Italiani in gita, al mare o in montagna, in crociera, sugli yacht o nel relax del dopo sport. Il sodalizio Campari – Marangolo racconta l’importanza di un marchio storico che sa rinnovarsi con la freschezza di un creativo originale.

1972 – 1982

Camparisoda: l’aperitivo delle stelle

Il regista Franco Scepi firma i più celebri spot pubblicitari degli anni ‘80. Camparisoda è il primo aperitivo che si affida alle star del cinema internazionale, come David Niven ed Humphrey Bogart, per testimoniare uno stile successo.

1982- 1992

Camparisoda: l’aperitivo dei campioni

L’artista torinese Ugo Nespolo firma la campagna pubblicitaria in occasione dei Campionati mondiali di calcio 1990. La coppa del moda si gioca tutta in Italia, la finale tra Germania e Argentina viene vinta dalla Germania.

1992-2002

Camparisoda: l’aperitivo del calendario

2002-2012

Camparisoda: l’aperitivo del design

La missione del design, dal progetto alla produzione, è quella di migliorare la qualità della vita, proponendo oggetti d’arte che siano allo stesso tempo funzionali, replicabili in serie, “democratici”, ma con un portato estetico ed emozionale che crea empatia e rende l’oggetto unico.

Da qui nasce nel 2008, in occasione del salone del Mobile di Milano, l’esperienza REDesign, che fa del rosso il minimo comune denominatore della comunicazione Camparisoda e che chiede alle eccellenze del design internazionale di reinterpretare l’aperitivo italiano attraverso un’esperienza socialmente desiderabile e coinvolgente. Interessanti le REDSCULPTURE installazioni che rivisitano la forma della celebre bottiglia e vengono sparse per le vie del centro di Milano. è Markus Benesch a progettarle.

Il Camparisoda è il primo aperitivo a esporre alla Design Week.

con una linea stilistica bianca e rossa riconoscibile in sedie, tavolini, carrelli bar, e totem scultura.

Nel 2009 Matteo Ragni sviluppa il progetto ideando *Clic*: Camparisoda è il primo aperitivo con bicchiere incorporato alla bottiglia.

Nel 2010 nasce il Camparitivo in Triennale a Milano, interamente progettato da Matteo Ragni per una comunicazione integrata.

2012

Torna il CAMPARINO nella galleria Vittorio Emanuele di Milano