

# CAMPARI.

## IL PRODOTTO

### La ricetta segreta

Una ricetta unica, inconfondibile, che da 150 anni caratterizza Campari, l'aperitivo per eccellenza. L'inimitabile ricetta di Campari, base ed evoluzione di molti cocktail che vengono serviti in tutto il mondo, è stata mantenuta inalterata e tramandata gelosamente nel corso della storia.

Campari, frutto della sperimentazione di Gaspare Campari, è tuttora prodotto con gli stessi ingredienti, grazie a una formula che ancora oggi rimane segreta e conosciuta da pochissime persone, preziosi addetti alla preparazione dell'esclusiva ricetta. Campari è ottenuto dall'infusione in alcol e acqua, di erbe aromatiche, piante, frutta: solo questi sono gli elementi resi noti della sua speciale ricetta. Le speculazioni sul numero degli ingredienti che compongono Campari non si contano, si parla di 20 o 60 e talvolta arrivano ad elencarne 80: nessuno conosce la risposta tranne coloro che in 150 anni di storia hanno tramandato la ricetta di Gaspare.

Molti sono stati i tentativi di imitazione: da subito fu forte l'azione di Campari nel perseguire chiunque cercasse di imitarne gusto o colore. Fu questa perseveranza nel combattere gli imitatori e la forte convinzione di avere nella mani la 'giusta ricetta' a consacrare il successo di un marchio ormai conosciuto ed apprezzato in tutto il mondo. Il rispetto della tradizione e la forza del marchio, premiato dai consumatori a livello internazionale, hanno costruito nel tempo qualcosa di irripetibile, ancora oggi unico al mondo, che quest'anno celebra i suoi 150 anni di storia.

## IL PERCHÉ DEL SUO SUCCESSO

Con il suo colore, il suo aroma ed il suo gusto, Campari è da sempre simbolo di passione. Passione che si esprime in termini di seduzione, sensualità, e trasgressione. Sono questi i valori che hanno reso il marchio Campari famoso nel mondo.

**Unicità, passione, prestigio, internazionalità.** Sempre in evoluzione. Un'immagine di moda, internazionale, sempre all'avanguardia, con uno stile di comunicazione che definisce e precorre gli stili e le mode, ripercorrendo atmosfere sempre sofisticate, di classe e certamente emozionali in una passione rossa che permane nel tempo. Campari è sempre stata una marca unica. La sua ricetta, il suo gusto, il suo colore offrono un'esperienza senza paragoni. Campari, infatti, si è sempre distinto grazie anche al suo stile, classe ed eleganza.

È così che Campari incontra le aspettative di giovani alla moda e dinamici per un drink che permetta loro di esprimere la propria individualità, gusto e *lifestyle*; uomini e donne il cui stile di vita sia giovane, dinamico e attivo, la cui individualità determina il loro apprezzamento della vita e la loro stima per la qualità, persone che preferiscono prendere le proprie decisioni: il consumo, infatti, è un'espressione del proprio io ed è pertanto una dimostrazione d'indipendenza.

Campari deriva da un mix vincente di fattori, tra cui: le origini, l'unicità di prodotto, una comunicazione innovativa, coraggiosa, di moda e d'impatto che ha saputo distinguersi da quella dei concorrenti. Un management capace che negli anni ha saputo investire strategicamente in iniziative *above e below the line*.

Campari è, infatti, un *premium spirit* di alta qualità che attraverso il suo indistinguibile gusto e colore insieme ai valori aspirazionali che convoglia, esprime la più alta concentrazione di passione e intense emozioni.

**La bottiglia**, negli anni, come tutte i marchi storici di lusso, ha subito diverse modifiche, ma sempre mantenendo nel tempo la sua identità unica e l'autenticità che da sempre ha contraddistinto tutti gli aspetti di comunicazione Campari. La bottiglia mantiene anche oggi quegli elementi chiave che le hanno permesso di possedere una personalità chiara in un mercato degli *spirit* in continua evoluzione, rivolgendosi pertanto con la propria modernità a un pubblico giovane adulto. Questo attraverso la scoperta e l'enfatizzazione del colore rosso di Campari. La bottiglia di Campari e il suo packaging possono essere considerati un raro esempio di costanza nel rapporto tra prodotto e il suo contenitore. Nonostante evoluzioni di design della bottiglia e della sua etichetta, sono sempre rimasti saldi e riconoscibili i tratti caratteriali ed estetici delle origini, incrementando così sempre il valore di modernità legato alla marca e al suo aspetto.

## CAMPARI OGGI NEL MONDO

Nel tempo, ogni Paese ha potuto esprimere il concetto di 'red passion' attraverso declinazioni locali che hanno confermato Campari non solo come aperitivo Made in Italy, ma anche quale spirit ormai conosciuto in tutto il

# CAMPARI.

mondo. Di seguito alcune significative esperienze in alcuni paesi chiave per Campari: Italia, Stati Uniti, Germania e Brasile.

## ITALIA

### Il paese natale della passione

Nel paese natale di Campari parte nel 1998 una fortunata collaborazione con il regista di fama internazionale **Tarsem**, che firma lo spot '**Il Graffio**', inaugurando un trend di comunicazione provocatoria e aggressiva firmata 'red passion'. La campagna è stata la prima storicamente in Italia a sdoganare l'omosessualità femminile e ad aprire il varco a un nuovo linguaggio pubblicitario. Due anni dopo, grazie al grande successo del debutto, Tarsem è stato chiamato da Campari per girare il secondo spot 'red passion', '**Il Duello**', dove memorabili sono, oltre alla fotografia, un'ambientazione misteriosa, un'eccitante sfida, un terzo scomodo e tanta passione. Il 2005 porta ancora una volta un'atmosfera di intrigo e passione. Sempre sotto la direzione di Tarsem e con l'accattivante sottofondo sonoro di Jocelyn Pook, 'Masked Ball', famosissima colonna sonora del film *Eyes Wide Shut* di Stanley Kubrick, lo spot '**The Secret**' ha riaffermato il posizionamento di Campari come brand alla moda e passionale, raccontando la doppia realtà di un incontro in un gioco sofisticato, trasgressivo e raffinato allo stesso tempo. Campari, per la campagna internazionale del 2007, ha quindi scelto Matthew Rolston per dirigere la sensualissima Salma Hayek, protagonista di una seducente e conturbante avventura che ha luogo in un misterioso boutique hotel, **Hotel Campari** in '**Le Connaisseur**', dove Salma Hayek, si aggira per un hotel dei desideri, ma non si lascia distogliere da proposte allettanti e intriganti che le vengono offerte mentre percorre il lungo corridoio dell'albergo e accetta di entrare nella stanza dove una mano misteriosa e sconosciuta la invita ad entrare versandole un bicchiere di... Campari, ovviamente. Nel 2009 l'avventura continua attraverso persiane rosse che introducono in **Club Campari**, un luogo sofisticato e sensuale, ricco di passione dove tutto può accadere, di cui la splendida Jessica Alba è l'ammaliante protagonista. Club Campari nasce dall'idea di rappresentare i club più esclusivi del pianeta: divertenti, provocanti ma soprattutto conviviali, coerenti con i valori del *brand* Campari. È un luogo reale e immaginario insieme, dove seduzione e passione si incontrano in un'atmosfera sofisticata e giocosa. Un luogo in cui farsi travolgere dalla red passion. La poeticità e spontaneità della direzione artistica di Jean Paul Goude insieme alla vitalità di Jessica rendono ancora una volta manifesto lo spirito di Campari.

**Come è preferito Campari in Italia:** Negroni e Americano sono il simbolo dell'aperitivo miscelato con Campari, ma incalzano anche Campari Orange e Campari Grapefruit, bevande dissetanti e sempre piacevoli.

## STATI UNITI

### Un approdo oltreoceano con tradizione Made In Italy

Le prime importazioni di Campari negli Stati Uniti risalgono a inizio secolo. Nel 1999 Skyy Spirits ottenne i diritti d'importazione per il Paese.

A differenza della concezione italiana, Campari non è considerato un aperitivo dagli americani, ma è consumato come base per cocktail alternativi e rinfrescanti nei più diversi momenti della giornata. È soltanto negli ultimi decenni che si sono evolute le esigenze di gusto e il palato degli americani ha iniziato ad apprezzare anche aromi esotici e coraggiosi come Campari.

Lo spirito di Campari negli Stati Uniti è personificato nello stile di comunicazione dove è stata inaugurata un'era comunicativa diversa con un ritorno alla cartellonistica del passato con un'interpretazione decisamente trendy. Il '**Passion Poster**', l'incarnazione moderna della autentica tradizione Italiana, a firma di Matthew Rolston, che ha creato immagini provocanti usando la fotografia anziché la pittura, riuscendo a portare l'arte dei poster vintage nell'era moderna. Nella patria del cinema sono poi seguite le splendide foto di Salma Hayek a firma di Mario Testino, che hanno avuto un successo internazionale.

**Come è preferito Campari in US:** Campari, grazie al suo gusto inconfondibile, negli Stati Uniti è la base per cocktail classici come Campari e soda, guarnito con una scorza d'arancia e per il Negroni, il cocktail internazionale per eccellenza.

# CAMPARI

## **GERMANIA**

### **Campari spricht auch Deutsch**

Campari in Germania riflette la personalità del marchio ed è simbolo di eleganza, stile, successo, sensualità e intensità e la comunicazione del marchio negli ultimi anni ne è stata la prova tangibile. Ma non solo: anche attraverso diversi eventi organizzati nelle principali città della Germania, Campari è riuscita a instillare la sua 'red passion' e permettere alle persone di vivere pienamente la 'Campari Experience'. Il colore unico ancora una volta è l'icona riconoscibile dello stile che traspare da Campari. Dal 1990 Campari ha visto la declinazione di queste caratteristiche all'interno di campagne pubblicitarie che hanno puntato in maniera decisa alla sensualità e al piacere del prodotto che si sono evoluti in messaggi pieni di stile e successo. Per persone che amano vivere la vita pienamente. In Germania Campari non ha limiti di età nel pubblico sopra i 18 anni, è apprezzato da diverse fasce d'età in diversi momenti della giornata. Modi di consumo che comprendono sia i giovani nella più rutilante vita notturna sia gli adulti che apprezzano Campari con stile per i momenti di relax. Il minimo comun denominatore è il piacere del gusto.

**Come è preferito Campari in Germania:** Campari è bevuto in diverse occasioni a ognuna di esse sono associati cocktail a base di Campari: durante l'aperitivo, in occasioni socializzanti, per rilassarsi e anche per rinfrescarsi. I cocktail più amati sono Campari Orange, Campari Maracuja, Campari&Soda, Campari on the Rocks, Campari Tonic e Camparinha.

## **BRASILE**

### **E il mito si consolida oltreoceano**

Campari è presente in Brasile dagli anni '50 dove iniziò la produzione e la distribuzione del noto alcolico italiano attraverso Seagers and Seagers Stock, un produttore e distributore terzo. Anche in questa terra la fama e il successo di Campari si sono fondate sulla gestione accorta dell'immagine attraverso campagne pubblicitarie prodotte in loco. Nel 1983 nacque Campari do Brasil e iniziò a produrre direttamente nel 1989 per poi estendere la propria attività a 360° tramite la gestione diretta di produzione, distribuzione, marketing, e vendite.

Campari in Brasile si posiziona come un prodotto unico e inimitabile grazie al suo colore, al suo gusto inconfondibile e versatilità venendo incontro a un gusto locale non certo aduso al bitter. Campari non ha diretti concorrenti neanche in Brasile e ha un target trasversale che non guarda al ceto sociale: è possibile trovare Campari nel ristorante più trendy di São Paulo, ma anche nei frequentati bar di periferia, insomma: si riesce a trovare davvero ovunque!

Ad oggi diverse sono le attività di marketing attorno alla marca che punta ad un pubblico giovane adulto: il simbolo internazionale dello splash è riconosciuto come parte della marca da parte del consumatore, Campari Energy, il cocktail di Campari con energy drink, è un'ulteriore iniziativa di successo, oltre alle numerosissime sponsorizzazioni che vede Campari quale protagonista.

**Come è preferito Campari in Brasile:** Campari è bevuto principalmente on the rocks con una fetta d'arancia. Altre ricette molto apprezzate sono Campari Orange, Campari e tonica o Campari con limonata.

# CAMPARI.

## **I mercati principali (volumi 2010) per il brand Campari:**

**Italia, Brasile, Germania, Francia.**

## **Sapevi Che...**

- Campari è venduto in oltre 190 Paesi nel mondo;
- St. Lucia è il primo stato per consumo pro capite;
- Oltre 2.900.000 di casse da 9lt. sono vendute ogni anno nel mondo (Fonte: Impact, feb 2007);
- Campari conta per il 15% sul totale del fatturato di Gruppo (tot. 25% insieme a CampariSoda al 31 dicembre 2004);
- I primi listini di Campari riportano un prezzo pari a lire 3 per litro\* (pari agli attuali €0,0015).

## **I prodotti a marchio Campari:**

### **CampariSoda**

CampariSoda è l'aperitivo monodose a moderata gradazione alcolica (10%vol), leader nel segmento dei sodati, dal gusto unico e inimitabile. CampariSoda è ottenuto dalla miscela ottima di Campari e anidride carbonica.

### **Campari Mixx**

Campari Mixx è una bevanda rinfrescante, a bassa gradazione alcolica, a base di Campari e dal sapore piacevolmente fruttato, disponibile in Italia in due varianti: red, e orange.

\*: a luglio 1913