



## **Camparisoda... stessa ora, stesso giro!**

***On air dall'8 di giugno la nuova campagna televisiva firmata Euro RSCG Milano***

**Sesto San Giovanni, 5 giugno 2012** – Da Venerdì 8 giugno 2012, sarà on air la nuova campagna televisiva Camparisoda ideata da Euro RSCG Milano.

Il nuovo spot è un inno alla socialità e alla complicità tipica delle persone che si conoscono davvero. Camparisoda è parte integrante di questa dinamica, vero protagonista dell'aperitivo, occasione ideale per incontrarsi con gli amici e condividere momenti di divertimento e intensa allegria. Camparisoda diviene così l'ingrediente frizzante e informale, immancabile all'ora dell'aperitivo, ideale compagno di questo momento così speciale da condividere con gli amici.

L'idea creativa si sviluppa proprio intorno a Camparisoda, capace di trasformare un semplice aperitivo con gli amici di sempre in un'occasione unica. Un gruppo di ragazzi si ritrova al solito bar per un "giro di Camparisoda": dai semplici gesti quotidiani dei ragazzi nasce una perfetta sincronia, una sequenza perfettamente cadenzata di abitudini e complicità che genera movimenti perfettamente concatenati tra di loro. Stessa ora, stesso giro: tutto accade magicamente, in assoluta simultaneità. Quando sei vicino ai tuoi amici puoi prevedere le azioni, le conversazioni, l'armonia: puoi contare sul piacere di stare insieme, semplicemente. Questa sincronia perfetta viene improvvisamente rotta da un nuovo arrivato ma basta un sorriso per entrare a far parte del "giro di amici Camparisoda".

Questo spot sarà on air nell'anno in cui Camparisoda festeggia i suoi 80 anni. Oggi come allora, Camparisoda è l'aperitivo per eccellenza: perfettamente dosato, da gustare ghiacciato con una fettina d'arancia, ideale per una chiacchierata tra amici al bar. Stessa ora, stesso bar, stessi amici... l'aperitivo di sempre! Un modo semplice, diretto, immediato per raccontare l'amicizia. *Camparisoda, piacere di conoscersi!*

**Giovanni Porro**, direttore creativo esecutivo, insieme ai direttori creativi **Erick Loi** e **Dario Villa**, ha interpretato nuovamente "il piacere di conoscersi". Camparisoda è il fulcro che anima un rito, un momento da vivere e condividere, che ha saputo rinnovarsi nel tempo e che oggi si presenta come un appuntamento conviviale da condividere con gli amici di sempre.

*"La regia di questo spot, affidata a **Giuseppe Capotondi**, interpreta perfettamente lo spirito di Camparisoda"* afferma Francesco Cruciani, Direttore Marketing Italia di Davide Campari-Milano S.p.A. *"Con questa campagna vogliamo raccontare il momento aperitivo come occasione unica di ritrovo e condivisione, come un momento da assaporare nella sua accezione più semplice e genuina, con gli amici di sempre... e con Camparisoda, naturalmente!"*.



La colonna sonora, "Henrietta" dei The Fratellis, scandisce la perfetta sincronia dei movimenti dei protagonisti e enfatizza l'atmosfera divertita coinvolgente.

La nuova campagna televisiva sarà on air da venerdì 8 giugno 2012, in occasione degli Europei di calcio, sui principali canali della piattaforma digitale terrestre e su SKY.

Camparisoda, piacere di conoscersi!

Guarda lo spot in anteprima dal 6 giugno su <https://www.facebook.com/#!/Camparisoda>

[www.camparisoda.it](http://www.camparisoda.it)  
[www.camparigroup.it](http://www.camparigroup.it)

Davide Campari-Milano S.p.A., insieme alle sue controllate ("Gruppo Campari"), è una delle realtà più importanti nel settore del *beverage* a livello globale. E' presente in 190 paesi nel mondo con *leadership* nei mercati italiano e brasiliano e posizioni di primo piano negli USA e in Europa continentale. Il Gruppo vanta un portafoglio ricco e articolato su tre segmenti: *spirit*, *wine* e *soft drink*. Nel segmento *spirit* spiccano *brand* di grande notorietà internazionale come Campari, Carolans, SKYY Vodka e Wild Turkey e marchi *leader* in mercati locali tra cui Aperol, Cabo Wabo, Camparisoda, Cynar, Frangelico, Glen Grant, Ouzo 12, X-Rated Fusion Liqueur, Zedda Piras e i brasiliani Dreher, Old Eight e Drury's. Nel segmento *wine* si distinguono oltre a Cinzano, noto a livello internazionale, i brand regionali Liebfraumilch, Mondoro, Odessa, Riccadonna, Sella&Mosca e Teruzzi&Puthod. Infine, nei *soft drink*, campeggiano per il mercato italiano Crodino e Lemonsoda, con la relativa estensione di gamma. Il Gruppo impiega oltre 2.200 persone e le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. (Reuters CPR1.MI - Bloomberg CPR IM) sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana).  
[www.camparigroup.com](http://www.camparigroup.com)

**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)  
Marianna Lovagnini - Tel +39 02 85457040  
[m.lovagnini@dandp.it](mailto:m.lovagnini@dandp.it)



## CREDITS NUOVA CAMPAGNA

|  |   |
|--|---|
| CLIENTE<br>PRODOTTO  | Davide Campari- Milano Spa<br>Camparisoda   |
| SHOOTING   | Milano, 9/11 maggio 2012  |
| DIREZIONE CREATIVA ESECUTIVA<br>DIRETTORE CREATIVO ART<br>DIRETTORE CREATIVO COPY<br>RESPONSABILE UFFICIO CINEMA<br>PRODUCER AGENZIA<br>ACCOUNT DIRECTOR<br>ACCOUNT SUPERVISOR | Giovanni Porro<br>Erick Loi<br>Dario Villa<br>Valeria Zacchi<br>Roberto Martelli<br>Giancarlo Pagani<br>Federica Papetti        |
| MANAGING DIRECTOR<br>MARKETING DIRECTOR<br>MARKETING MANAGER<br>BRAND MANAGER  | Jean Jacques Dubau<br>Francesco Cruciani<br>Barbara Forlino<br>Cristina Ferro   |
| CASA DI PRODUZIONE<br>EXECUTIVE PRODUCER<br>PRODUCER<br>REGIA<br>FOTOGRAFIA<br>SCENOGRAFIA   | Mercurio Cinematografica<br>Francesco Pistorio<br>Danielle Joujou<br>Giuseppe Capotondi<br>Anthony Radcliffe<br>Antonio Piciulo |
| MONTAGGIO<br>POSTPRODUZIONE  | You Are<br>You Are  |
| MUSICA   | “Henrietta” – The Fratellis   |
| SOUNDTRACK   | Top Digital   |
| DURATA   | 1x 53” / 1x45” / 1x30” / 2x15”  |
| ON AIR   | 8 giugno 2012   |
| CENTRO MEDIA   | MINDSHARE   |