



## COMUNICATO STAMPA

### “Cinzano. Più feste, meno party.”

#### *Parte la nuova campagna TV Cinzano Spumanti*

Milano, 2 dicembre 2002 – “Cinzano. Più feste, meno party”: questo il pay-off della nuova campagna per gli Spumanti Cinzano che è in onda dal 1 dicembre sulle principali emittenti televisive italiane.

Cinzano, assente da oltre un quinquennio sul mezzo TV, si ripresenta al grande pubblico in occasione delle imminenti feste natalizie con una brillante comunicazione che punta sull'ironia per il rilancio degli Spumanti e dà il via ad una nuova era pubblicitaria del marchio, grazie alla firma creativa di Red Cell ed all'unicità della regia di Joakim Eliasson.

Una comunicazione che punta in modo irriverente al superamento dei canoni d'immagine caratteristici del segmento spumanti, che tradizionalmente presentano allo spettatore realtà patinate in cui l'apparire è l'unico elemento in gioco, senza trasmettere emozioni vere.

“Abbiamo voluto rilanciare gli Spumanti Cinzano puntando sull'autenticità del marchio, veicolando allo spettatore questo asset con ironia, per coinvolgerlo in un mondo divertente, spontaneo e senza finzioni, di cui si possa sentire davvero partecipe”, ha affermato Claudio Castellaro, Marketing Manager Wines del Gruppo Campari.

La campagna si inserisce in un vero e proprio rinnovamento della marca nei suoi diversi aspetti di marketing: un nuovo design per le bottiglie, eleganti e originali, un'etichetta innovativa e dallo stile distintivo ed iniziative di visibilità sul punto vendita.

Lo spot, per il quale è stato fatto un investimento lordo pari a 5 milioni di euro circa, è stato prodotto da Mercurio Cinematografica e realizzato in formati da 30 e da 15 secondi. Opera di regia di Joakim Eliasson, giovane regista ormai affermato nel settore, che già ha collaborato con il proprio prezioso estro alla realizzazione dello spot “Il Naufrago” per CampariSoda.

#### **Per ulteriori informazioni:**

Chiara Bressani

Relazioni Esterne - Gruppo Campari

Tel. 02 6225206

[Chiara.bressani@campari.com](mailto:Chiara.bressani@campari.com)

Il Gruppo Campari è uno dei maggiori player mondiali nel settore delle bevande alcoliche ed è presente in 190 Paesi, con leadership nei mercati italiano e brasiliano e posizioni di primo piano negli USA, in Germania e in Svizzera. Il Gruppo, anche a seguito di un'intensa strategia di acquisizioni a livello internazionale perseguita negli ultimi anni, vanta un portafoglio ricco e articolato su tre importanti segmenti: spirits, wines e soft drinks. Il portafoglio prodotti di proprietà include brand di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka, Cynar e Cinzano e marchi leader in mercati locali come CampariSoda, Campari Mixx, Crodino, Sella & Mosca, Zedda Piras, Biancosarti, Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda in Italia, SKYY Blue negli Stati Uniti, Ouzo 12 in Grecia e in Germania, Dreher, Old Eight, Drury's e Liebfraumilch in Brasile e Gregson's in Uruguay. Il Gruppo impiega oltre 1.300 persone e, dal luglio 2001, le azioni ordinarie della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. sono quotate al Mercato telematico azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A.

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