



## CLIVE OWEN ET PAOLO SORRENTINO OPÈRENT UNE (R)ÉVOLUTION DERRIÈRE LES CAMÉRAS DES CAMPARI RED DIARIES 2017

Milan, le 12 octobre 2016 – [Campari](#)®, le célèbre apéritif rouge et doux-amer italien, annonce le lancement de ses **Campari Red Diaries** ; une (r)évolution complète du calendrier de fin d'année de Campari.

Véritable changement dans la stratégie de communication de la marque, les **Campari Red Diaries** donnent vie à son légendaire crédo selon lequel « tous les cocktails racontent une histoire » en élevant les cocktails au rang d'œuvres d'art et d'excellents moyens d'expression. Ceci, en plaçant sous les projecteurs les expériences et les émotions qui poussent les barmen et les barmaids à créer et à partager leur savoir-faire.

Mois après mois, les Campari Red Diaries 2017 – disponibles sur la [chaîne YouTube officielle de Campari](#) – exploitent pour la première fois la richesse de la narration dans une série de courts-métrages afin de guider les amoureux de Campari dans un voyage original d'un an au gré d'histoires « apéritives » du monde entier.

Le prologue, ***Killer in Red***, un court-métrage noir envoûtant de sept minutes a été rédigé et dirigé par **Paolo Sorrentino**, le réalisateur italien de renommée internationale plusieurs fois récompensé. Mettant en scène la star mondiale **Clive Owen**, il retrace le début de l'histoire inédite du cocktail qui a donné son nom à ce premier épisode.

Si ***Killer in Red*** lance avec brio l'épopée des **Campari Red Diaries**, l'épisode est aussitôt suivi et complété par une série de 12 histoires de cocktails, illustrant chacune le talent artistique et le flair de 14 barmen et barmaids des quatre coins du monde. Ces histoires, portées à maturation par Ivan Olita, la jeune étoile montante du cinéma italien, donnent au spectateur un aperçu de la magie qui se cache derrière l'élaboration de chacun des cocktails Campari en se concentrant sur la culture de la mixologie et ses nombreuses facettes.

Alors que le contenu de la série sera exclusivement disponible sur la chaîne YouTube de Campari, la grande première de ***Killer in Red*** et la présentation intégrale des **Campari Red Diaries** se tiendra le 24 janvier 2017 à Rome (Italie), où se trouve le légendaire studio Cinecittà – un symbole du cinéma italien.

Interrogé au sujet de la rédaction et du tournage de ***Killer in Red***, **Paolo Sorrentino** répond : « *Campari est un produit italien emblématique qui a réussi à gagner l'amour et l'attention de tous les consommateurs grâce à des valeurs esthétiques prononcées et intrinsèques ainsi qu'à un style bien défini – ce dont j'aime me targuer moi-même. La campagne de cette année étant axée sur l'univers du cinéma, je voulais vraiment m'assurer d'exploiter le thème de la narration de la manière la plus intense possible. C'était fantastique de travailler*



*avec Clive. Son charisme et son enthousiasme m'ont permis de créer un court-métrage qui – je l'espère – sera à la fois innovant, inspirant et original. »*

Interrogé sur son rôle dans la campagne, **Clive Owen**, dont la carrière a déjà été récompensée d'un Golden Globe, ajoute : « *C'est un honneur d'avoir été choisi pour tourner l'épisode Killer in Red de la campagne Campari Red Diaries 2017, surtout quand on sait qu'il s'agit des grands débuts de la marque dans l'univers du film et du cinéma. Travailler avec Paolo a été un réel plaisir.* »

« *La campagne de cette année, les Campari Red Diaries, a pour objectif de donner vie aux histoires qui encouragent les barmen et les barmaids du monde entier à innover et à créer les recettes de cocktails que nous avons tous la chance de pouvoir déguster. Le modèle de la campagne de cette année est unique en son genre – pour la première fois depuis la création de la marque, nous avons décidé d'utiliser le cinéma pour guider nos fans dans un voyage original tout en célébrant la complexité et la versatilité du goût de Campari qui, lui aussi, a joué un rôle déterminant dans la création de cette recette si particulière. Doué de son charisme légendaire, Clive était la personne idéale pour incarner l'histoire de Paolo et nous sommes vraiment impatients de dévoiler l'intégralité de la campagne en janvier », conclut **Bob Kunze-Concewitz, le Président Directeur Général** de Gruppo Campari.*

**-FIN-**

#Campari #RedDiaries

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

<https://www.youtube.com/EnjoyCampari>

<https://www.facebook.com/Campari>

<https://instagram.com/campariofficial>

<https://twitter.com/campari>



**CONTACT PRESSE : Hilde Meus – RCA – [hilde@rca.be](mailto:hilde@rca.be) - 011 59 05 97 – 0473 69 51 07**

#### **À PROPOS DE LA CAMPAGNE CAMPARI RED DIARIES**

Véritable bouleversement dans le calendrier de fin d'année de Campari, la première édition des **Campari Red Diaries** met en lumière les expériences et les émotions qui encouragent les barmen et les barmaids à créer et à partager leur savoir-faire. Cette campagne donne vie au célèbre crédo selon lequel « tous les cocktails racontent une histoire » en



élevant les cocktails au rang d'œuvres d'art et d'excellents moyens d'expression. Mois après mois, les Campari Red Diaries 2017 exploitent la richesse du style narratif en donnant la parole aux barmen et aux barmaids.

### **À propos de Campari**

---

Campari est un classique contemporain et charismatique. Encore toujours fabriqué à Novara de la même façon qu'en 1860, il est utilisé comme base pour de nombreux cocktails célèbres dans le monde entier. Campari est une boisson alcoolisée dont la saveur amère typique est obtenue au départ d'extraits de plantes, de fruits et d'herbes additionnés d'eau distillée et de sucre.

Se démarquant par sa couleur rouge vif typique, son arôme et sa saveur intenses, Campari symbolise l'intrigue et le plaisir, induisant une expérience gustative titillant chacun des sens. Ce sont également ces valeurs qui ont rendu Campari célèbre aux quatre coins de la planète. Campari s'est développé et est devenu une icône de la passion, de l'excellence et du style italiens.

### **À propos de Gruppo Campari**

---

Gruppo Campari s'est développé jusqu'à devenir un producteur mondial dans l'industrie des boissons. La marque est active dans plus de 190 pays et occupe une position de leader en Europe et en Amérique. Fondé en 1860, le groupe est devenu le sixième plus grand acteur de l'industrie mondiale des boissons.

Le portefeuille compte plus de 50 marques et englobe un assortiment étendu de boissons alcoolisées (corebusiness), vins et boissons rafraîchissantes. Parmi les marques internationales réputées, citons notamment Aperol, Appleton Estate, Campari,, SKYY, Wild Turkey et Grand Marnier

Le siège social est implanté à Milan. Le Groupe Campari possède 18 usines et 4 ateliers de mise en bouteilles dans le monde, ainsi qu'un propre réseau de distribution dans 19 pays. Le groupe occupe plus de 4.000 personnes. Depuis 2001, les actions de la société mère Davide Campari-Milona S.p.a. (Reuters CPRI.MI – Bloomberg CPR IM) sont cotées à la bourse italienne. Pour plus d'info : [www.camparigroup.com/en](http://www.camparigroup.com/en)