



BELEEF HET PERFECTE APERITIEF

CAMPARI OPENT COCKTAILBAR OP BASIS VAN ZINTUIGLIJK VUB-ONDERZOEK

Gebaseerd op VUB-onderzoek opent Campari een aperitiefbar die alle zintuigen prikkelt: Gaspare, la piazza dell'aperitivo. Je vindt deze bar de komende twee maanden in het Jordaenshuis in Antwerpen. De inrichting kwam tot stand in samenwerking met Malaika Brengman, professor Marketing en Consumentengedrag. Geur, kleur en muziek hebben immers een verrassende invloed op de smaakbeleving van een aperitief.

GASPARE, LA PIAZZA DELL'APERITIVO

Op vrijdag 5 mei opent Campari in het historische Jordaenshuis de aperitiefbar Gaspare, la piazza dell'aperitivo: een sfeervol plein met terras, typisch Italiaanse kiosk, loungebar, foodcorner en aperitiefshop. Tot 30 juni vinden er tal van evenementen plaats én kan je er beleven hoe het perfecte aperitief smaakt.

Voor dit experiment liet Campari academisch onderzoek doen naar de ideale setting voor haar twee klassiekers: Campari Tonic en Negroni (Campari, gin en rode vermout). Malaika Brengman, professor Marketing & Consumentengedrag aan de VUB, verdiepte zich in de zintuiglijke associaties die consumenten maken bij een bitter aperitief.

Professor Brengman: "De omgeving waarin we een aperitief drinken, heeft een invloed op hoe we de smaak ervaren. Zo kunnen kleuren bepaalde emoties oproepen, geluiden een sfeer versterken of geuren ons in een specifieke stemming brengen. Alle zintuigen hebben zo hun impact op de beleving van een aperitief. En als het geheel zintuiglijk klopt, voelen we ons goed en geven we dat door aan mensen rond ons. Een interessante oefening om de perfecte cocktailomgeving te creëren, want hoewel Campari Tonic en Negroni allebei vrij bitter zijn, vraagt elk aperitief toch een eigen setting voor maximale appreciatie."

In Gaspare werd dan ook niets aan het toeval overgelaten: van de kleuren en texturen in het interieur over de muzikale stemming op het terras tot de bijhorende hapjes. "We hebben de associaties van de focusgroepen van consumenten getoetst aan de hand van wetenschappelijke literatuur. Er wordt vandaag uitgebreid onderzoek gedaan naar consumentengedrag, zoals welke sferen welke emoties oproepen of welke zintuiglijke prikkels elkaar versterken in de smaakbeleving."

5 ZINTUIGEN IN APERITIEFSTEMMING

Voor deze experimentele oefening stemde Gaspare het terras af op Campari Tonic en de loungebar op Negroni.

ZIEN

- Campari Tonic: Neutraal hout, wit en verweerd rood zetten de toon. Stuk voor stuk pure, elegante en rustgevende tinten, die we associëren met genieten van een aperitief op het terras, zonder haast. "Verweerd rood is daarbij veel minder agressief dan vurig rood, wat een gejaagd gevoel opwekt. Ook planten zijn rustgevend – denk maar aan toepassing in ziekenhuizen – en herstellen de aandacht, waardoor ze niet mogen ontbreken op de piazza. Anderzijds vermijd je best bloemen, met hun zoete aanblik en geur passen ze niet altijd."

GASPARÉ

LA PIAZZA DELL'APERITIVO

CAMPARI

- Negroni: De bruinrode kleur van het drankje zelf, donker chocoladebruin en verweerd rood creëren een warme en verfijnde sfeer, met een zweem van luxe en exclusiviteit. "Zwart is als kleur te hard en dominant voor de loungebar, maar donkerbruine vlakken zorgen voor een ingetogen en nostalgische sfeer. Ideaal daarbij is warm licht van lampen met een lage kleurtemperatuur, indirect licht van bureaulampen en grote kaarsen. Deze lichtbronnen zorgen voor extra gezelligheid zonder de ruimte te fel te verlichten."

HOREN

- Campari Tonic: Met zachte latinomuziek op de achtergrond smaakt een Campari Tonic nog beter. "Dat komt omdat hoge tonen goed bij frisse smaken passen. Bovendien staat latinomuziek voor zuiderse sfeer en geeft het je instant een zomers vakantiegevoel. Vandaar trouwens ook het fonteintje op de piazza."
- Negroni: Bittere smaken worden dan weer meer gekoppeld aan lage tonen – "as bitter as a trombone" –, wat zich in de loungebar vertaalt naar jazz en blues als muziekkeuze.

RUIKEN

- Campari Tonic: Datzelfde zuiderse gevoel brengt Campari naar de piazza met licht kruidige geuren, zoals munt, tijm en rozemarijn. "Geuren die we ook automatisch linken aan hapjes. Frisse citrusgeuren zoals limoen en mandarijn zorgen dan weer voor een opgewekt buitengevoel en wakkeren een goed humeur aan."
- Negroni: Bij een Negroni, iets straffer met nog meer bittere accenten, horen zwaardere maar nog altijd subtiele aroma's, zoals de aardse geuren van hout en gelooid leder. "Het natuurlijke aspect is daarin belangrijk, geuren waarin je als het ware traditionele materialen of authentiek vakmanschap kan waarnemen. Vergeet artificiële parfums of te sterke geuren, het geheel moet kloppen en aansluiten bij de beleving."

PROEVEN

- Campari Tonic: Geen Campari Tonic zonder typische antipasti. "Ideaal is om het frisse van dit bittere aperitief te koppelen aan sterke, zoute smaken zoals je ze terugvindt in kaas, olijven of Italiaanse charcuterie."
- Negroni: De bittere Negroni vraagt om een nog frissere toets in hapjes, genre een pittige bruschetta met verfrissende tomaat-mozzarella of gemarineerde artisjok met olijfolie en citroen.

VOELEN

- Campari Tonic: Om de ontspannen sfeer van het aperitiefmoment te versterken, kiest Campari op de piazza voor natuurlijke materialen (veel hout) en zachte materialen met een glad oppervlak. "Gladde oppervlakken worden als comfortabel en aangenaam ervaren en worden ook geassocieerd met lichte kleuren en vrouwelijkheid. De zachtere texturen passen ook bij het ronde glas en maken de smaakbeleving minder bitter."
- Negroni: Ook in de loungebar staat gezelligheid voorop, al is de sfeer daar exclusiever. "Blikvangers in het interieur zijn de lederen Chesterfield-zitbanken en het ruwere hout met verweerde look. Deze materialen hebben een nostalgische ondertoon, stralen ambacht uit én brengen tegelijk rust."

GASPARE

LA PIAZZA DELL'APERITIVO

CAMPARI

COCKTAILEXPERTS EN CAMPARI-AMBASSADEURS

De cocktailexperts van SipsnSoda baten de piazza uit en creëren experimentele cocktails, afgestemd op de zintuiglijke bevindingen van het VUB-onderzoek. Gaspare werkt ook samen met internationale Campari-ambassadeurs, onder wie vader en dochter Jan & Hannah Van Ongevalle die twee nieuwe cocktails op de kaart zullen zetten.

Praktisch

- Gaspare, la piazza dell'aperitivo
- Jordaenshuis, Reyndersstraat 6, 2000 Antwerpen
- Open van 5 mei tot 30 juni, donderdag, vrijdag en zaterdag, telkens van 16 tot 22 uur
- Elke donderdag: 'Aperitivo Milano' met gratis hapjesbuffet
- Elke vrijdag: 'Piazza Musica' met een bekende dj
- Elke zaterdag: 'Amici di Gaspare' met gastbartender
- www.piazzagaspabe.be,
- [#piazzagaspabe](https://twitter.com/piazzagaspabe)
- Facebook: [piazzagaspabe](https://www.facebook.com/piazzagaspabe)

VOOR MEER INFO

Hilde Meus - RCA PR - 011 590 597 - 0473 695 107 - hilde@rca.be - www.rcapress.be

Ook interviews met professor Brengman of Hannah & Jan Van Ongevalle zijn mogelijk. Laat het ons gerust weten!

OVER GRUPPO CAMPARI

Gruppo Campari is een grote naam in de wereldwijde drankensector, met een portfolio van ruim 50 premium- en superpremiummerken, verspreid over globaal, regionaal en lokaal gekende labels. Tot de mondiale merken van de groep behoren toppers als Aperol, Appleton Estate, Campari, SKYY, Wild Turkey en Grand Marnier. De groep is opgericht in 1860 en vandaag de wereldwijde nummer zes in zijn premiumsegment. Achter de groep staat een mondiaal distributieapparaat met activiteiten in ruim 190 landen over de hele wereld en met toonaangevende posities in Europa en Noord- en Zuid-Amerika. Met zijn groeistrategie mikt de groep op een combinatie van organische groei door een sterke merkopbouw en externe groei via doordachte overnames van merken en ondernemingen. Campari telt 18 vestigingen en 1 bottelarij en heeft zijn hoofdzetel in het Italiaanse Milaan. Het beschikt over een eigen distributienetwerk in 20 landen. De groep heeft zo'n 4.000 mensen in dienst. De aandelen van het moederbedrijf, Davide Campari-Milano S.p.A. (Reuters CPRI.MI - Bloomberg CPR IM), zijn sinds 2001 genoteerd op de Italiaanse beurs. Voor meer informatie kan u terecht op www.camparigroup.com/en. We stellen het op prijs dat u op een verantwoorde manier van onze producten geniet.