



Douceur ou amertume ?

Prenez parti en compagnie de Kate Hudson dans le calendrier Campari 2016

NEW YORK, 18 NOVEMBRE 2015 – Campari® présente aujourd’hui son nouveau calendrier 2016 : la campagne BitterSweet avec l’actrice Kate Hudson en point de mire. Grand temps de prendre parti...

Douceur ou amertume ? Le nouveau calendrier Campari illustre la lutte et vous laisse choisir entre les saveurs typiques caractérisant l’apéritif italien. Campari met ainsi en évidence son caractère unique et polyvalent, tout en faisant référence aux élections présidentielles du 1^{er} mars 2016.

En 13 photos – réalisées par le photographe Michelangelo Di Battista – Kate Hudson interprète les caractères de Campari avec un clin d’œil aux deux candidats de la campagne : l’un défend l’amertume désarmante tandis que l’autre joue la carte de la douceur intrigante.

Campari a déjà fait le test en Belgique cette année. L’étude d’iVOX auprès de 1.000 Belges démontre que l’amertume serait leur deuxième goût préféré. 4 Belges sur 5 affirment aimer retrouver cette amertume dans leurs boissons ou leurs plats. Les chicons et le chocolat noir font partie des ingrédients amers les plus populaires. Le café semble faire plus d’adeptes que les boissons sucrées. Les apéritifs amers tels que le Campari-Tonic séduisent quant à eux 45% des Belges.

Kate Hudson : *“Ce projet impliquait davantage que la conception d’un beau calendrier. Il s’agissait d’un processus créatif au cours duquel nous avons raconté une fantastique histoire. Dans le cadre du thème de cette année, les gens doivent annoncer la couleur, ce qui constitue un message tout en puissance.”*

Michelangelo Di Battista : *“Ce calendrier m’a permis d’appliquer mon style typique et esthétique, qui correspond parfaitement à la marque Campari.”*

Bob Kunze-Concewitz, CEO de Gruppo Campari, ajoute : *“La présentation du nouveau calendrier Campari est un événement passionnant. La campagne BitterSweet illustre parfaitement le caractère unique de Campari. Kate Hudson incarne à merveille les deux profils de saveurs différents. Michelangelo pour sa part a usé de sa créativité afin de concevoir un bel équilibre entre les styles moderne et classique.”*

Les fans de Campari peuvent voter via les médias sociaux pour leur saveur préférée : allez-vous miser sur l’amertume ou la douceur ? La campagne divulgue progressivement des informations exclusives et peut être suivie en ligne via www.bittersweetcampaign.com. Faites-le test et prenez parti !

Le calendrier est imprimé à 9.999 exemplaires et distribué parmi les amis de Campari.

Pour de plus amples informations, contactez :

Hilde Meus- RCA PR - Tél. 011 59 05 97 – hilde@rca.be

www.campari.com

#CampariCalendar - #goBitter - #goSweet



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

<https://twitter.com/campari>

<https://instagram.com/campariofficial>

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