



## Stem bitter of zoet

en kies samen met Kate Hudson partij in de Campari-kalender 2016

**NEW YORK CITY, 18 NOVEMBER 2015 – Vandaag stelt Campari® zijn nieuwe kalender 2016 voor: de BitterSweet-campagne met Hollywood-actrice Kate Hudson in de hoofdrol. Tijd om partij te kiezen...**

Bitter of zoet? De nieuwe Campari-kalender voert de tweestrijd op en laat je kiezen uit de typische smaken die het Italiaanse aperitief kenmerken. Campari zet zo zijn unieke, veelzijdige karakter in de kijker en speelt tegelijk in op de presidentsverkiezingen. De 'verkiezingsdag' volgt op 1 maart 2016.

In 13 beelden –van modedefotograaf Michelangelo Di Battista – vertolkt Kate Hudson de twee karakters van Campari, met een knipoog naar de twee kandidaten in een campagne: eentje voert de strijd voor ontwapenend bitter, de ander gaat voluit voor intrigerend zoet.

In België deed Campari dit voorjaar al een test. Bitter bleek volgens een onderzoek van iVOX bij 1.000 Belgen dan ook onze tweede favoriete smaak. Vier op de tien Belgen gaven aan dit graag te eten en te drinken. Vooral witloof en zwarte chocolade zijn favoriete bitterproducten. En koffie bleek zelfs populairder dan zoete dranken als cola en limonade. Ook bittere aperitieven zoals Campari-Tonic kunnen 45% van de Belgen bekoren.

Kate Hudson: *"Dit project omvatte veel meer dan louter een goede kalender maken, het was een creatief proces waarin we een geweldig verhaal vertellen. Het thema van dit jaar vraagt mensen om kleur te bekennen, wat een erg krachtige boodschap is."*

Michelangelo Di Battista: *"Deze kalender gaf me de kans om mijn esthetische en typische stijl toe te passen, een stijl die nauw aansluit bij het Campari-merk."*

Bob Kunze-Concewitz, CEO Gruppo Campari, voegt eraan toe: *"Ik vind het spannend om de nieuwe Campari-kalender voor te stellen. De BitterSweet-campagne brengt het unieke karakter van Campari in beeld. Kate Hudson vertolkt perfect de twee verschillende smaakprofielen, terwijl Michelangelo met zijn creatieve kijk de kalender laat balanceren tussen modern en klassiek."*

Als Campari-fan kan jij ook via sociale media stemmen: geloof je in bitter of ga je voor zoet? De campagne geeft beetje bij beetje exclusieve informatie vrij en is ook online te volgen via [www.bittersweetcampaign.com](http://www.bittersweetcampaign.com). Doe de bitterzoete test en kies partij!

Van de kalender worden elk jaar slechts 9.999 exemplaren gedrukt en internationaal verdeeld onder de vrienden van Campari.

**Voor meer informatie, neem contact op met:**

Hilde Meus- RCA PR - Tel. 011 59 05 97 – [hilde@rca.be](mailto:hilde@rca.be)

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