

Vecchio Amaro del Capo sceglie Sanremo per lanciare il suo nuovo spot a tutto rock



Potrebbe essere il trailer di un film oppure un videoclip musicale, il nuovo spot di Vecchio Amaro del Capo, arriva nelle case degli italiani portando lo spettacolo della musica nel suo ambiente naturale, il palco, con il genere più iconico, il rock, proposto in chiave contemporanea e glam come vuole il trend del momento.

Per lanciare lo spot e la campagna adv, **Gruppo Caffo 1915** ha scelto la cornice del **Festival di Sanremo**.

“Vecchio Amaro del Capo come la musica unisce le persone. Un’associazione che in questo spot abbiamo voluto valorizzare e il Festival è certamente l’occasione migliore per presentarlo per la prima volta al pubblico che potrà apprezzare anche il nuovo arrangiamento della canzone identifica e rappresenta il nostro prodotto”, spiega Nuccio Caffo, distillatore e amministratore delegato del Gruppo Caffo 1915.

Lo spot è il racconto di un momento di musica. I riflettori illuminano il palco. Una figura in controluce batte l’attacco con tre colpi di bacchetta. Dalla batteria parte il ritmo che dà il via alla musica. Vecchio Amaro del Capo è il grande

protagonista e la sua canzone in versione glam rock scatena la voglia di cantare. Da casa, un gruppo di amici segue in tv l'esibizione della band e con Vecchio Amaro del Capo, ghiacciato o nei cocktail, brindano al piacere di stare insieme, alla musica e anche al successo del brano scritto e cantato da Daniela e Luca Sardella.

“Con questo spot, abbiamo voluto dare continuità al nostro messaggio tra tradizione e innovazione come è la musica, come è il nostro pubblico, come è Vecchio Amaro del Capo. Si chiude quindi una trilogia di spot, ambientati in situazioni diverse, inizialmente in teatro, poi nelle case degli Italiani ed ora sul palcoscenico di un concerto, in quanto vuole essere il nostro augurio di un ritorno alla completa normalità per il mondo della musica”, continua Nuccio Caffo che conclude ringraziando “Luca e Daniela Sardella per aver composto il brano, il Dj Sautufau per averlo reso attuale sin dal primo remix e per aver seguito musicalmente il nuovo arrangiamento dal vivo eseguito dalla rock band, l'agenzia PubliOne che segue con successo la comunicazione di Vecchio Amaro del Capo da 11 anni.”

Lo spot infatti è stato prodotto da PubliOne, agenzia di comunicazione integrata con sedi a Milano, Forlì e Napoli e girato a Roma con la collaborazione della casa di produzione Dogodot. Per la sua realizzazione sono serviti 2 giorni di ripresa, 2 location, 35 addetti e un cast selezionato di musicisti/attori per dare autenticità alla narrazione come racconta Paolo Ferrigno di PubliOne, direttore artistico di lungo corso con alle spalle oltre trent'anni nel ruolo: “Volevamo che fosse un vero momento di musica per creare quell'atmosfera carica di energia che si vive ai concerti. E davvero ci siamo riusciti.

Il filo conduttore è la passione, raccontata con la bottiglia di Vecchio Amaro del Capo diventata il microfono della cantante e iconografia e simbolo di questo concetto. In fin dei conti, senza la passione dei suoi creatori e di chi oggi

lo produce, Vecchio Amaro del Capo non potrebbe essere il più amato dagli italiani”.

E di passione si parla anche quando si pensa ai professionisti che hanno contribuito al risultato finale. “Girare a Roma con maestranze che hanno lavorato da sempre nel cinema anche con grandi nomi, ci ha permesso di creare un set dinamico e cinematografico. Abbiamo tolto la patinatura che caratterizza i commercial per andare nella direzione del videoclip musicale e della fiction – racconta Davide Mastrangelo regista di PubliOne con una carriera avviata e una formazione accademica sulla ricerca di nuovi codici espressivi dell’audiovisivo – e il risultato è una ibridazione dei linguaggi: musicale, cinematografico e pubblicitario. Alla fine, perché il messaggio funzioni ci vuole un buon bilanciamento tra le esigenze espressive e il soggetto proposto, equilibrando scelte creative e obiettivi della comunicazione”.

Un risultato che il pubblico potrà vedere per tutte le sere del Festival, in programmazione su Rai e in controprogrammazione sulle reti Mediaset. La campagna crossmediale comprende anche una corposa presenza sui più importanti network radiofonici tra cui RTL 102.5, Radiol05, Radiol01, Radio Monte Carlo, Virgin; sul magazine per eccellenza del Festival, Tv Sorrisi e Canzoni, e altre testate off line; sul web, i social e include anche la partecipazione di Vecchio Amaro del Capo come sponsor, a Oltre il Festival, un innovativo media hub nella splendida cornice di Villa Nobel che ospiterà celebrity dello spettacolo e della musica, da cui trasmetteranno le radio di RadioMediaset.

“Il nuovo spot di Vecchio Amaro del Capo è in perfetta sintonia con la musica e i valori che esprime, per questo abbiamo studiato una pianificazione concentrata su Sanremo che coinvolgesse tutti i media – sottolinea Loris Zanelli Founder e Ceo di PubliOne, agenzia di comunicazione integrata con sedi a Milano, Forlì e Napoli – il Festival sarà di certo la migliore cassa di risonanza per il nuovo spot che racconta la

musica. Inoltre, la canzone simbolo di Vecchio Amaro del Capo è ormai un evergreen che tutti sanno cantare come tante, diventate famose sul palco dell'Arigton. Lanciarla in questa nuova veste rock proprio in concomitanza con il Festival della canzone ci rende entusiasti".

Gruppo Caffo 1915

Antica Distilleria Caffo produce e distribuisce bevande alcoliche dal 1915. Gruppo Caffo 1915 possiede diversi siti produttivi tra cui alcune distillerie: la storica, anche sede del gruppo è a Limbadi, l'unica distilleria in tutta la Calabria, un vero fiore all'occhiello nel campo della distillazione e dei liquori, tanto da aggiudicarsi il premio come Miglior Distilleria Italiana 2019 all'Annual Berlin International Spirits Competition, poi la Distilleria Durbino-Friulia di Passons Pasian di Prato(Ud) e la Mangilli – Cantine e Distillerie – Flumignano di Talmasson (Udine).

La costruzione di un'intera filiera produttiva inizia dalla coltivazione delle erbe officinali, ingredienti base dei propri liquori. Vecchio Amaro del Capo fa parte di questa famiglia insieme a numerose ricette fra liquori, distillati, e infusi, come gli apprezzatissimi Liquorice, l'originale liquore di pura liquirizia calabrese DOP, Limoncino dell'Isola, nato come tributo a Tropea e alla generosità dei frutti di Calabria, Elisir Borsci S. Marzano il più sensuale dei sapori – prodotto dal 1840 nello storico stabilimento Borsci S. Marzano di Taranto – e l'amaro di S. Maria al Monte la cui ricetta segreta è stata donata dai monaci di S. Maria al Monte al cuoco del Re D'Italia prima del 1858, anno di inizio della sua commercializzazione. Tra le specialità del gruppo, Ferro China Bisleri, il primo liquore a base di ferro e di corteccia di china sul mercato dal 1881 e recentemente acquisita insieme all'amarissimo e notissimo Petrus Boonekamp.

Lo storico marchio olandese, padre di tutti gli amari (dal 1777) per le sue caratteristiche organolettiche fa parte di una categoria di amari cosiddetti 'amarissimi' (Magenbitter), molto apprezzati in Germania e in generale in tutto il nord Europa. Con l'acquisizione di Petrus Boonekamp, Gruppo Caffo 1915 conferma la sua vocazione internazionale rafforzando la sua presenza all'estero che, ad oggi, conta già oltre 60 mercati. Il marchio Vecchio Amaro del Capo resta il più amato dagli italiani con oltre il 36% a volume nella Grande Distribuzione.

Il rapido sviluppo nel canale Ho.Re.Ca (bar, ristoranti e locali di entertainment) dimostra come Vecchio Amaro del Capo sia un'eccellenza amata da tutti. La special edition Riserva del Centenario è stata premiata con la Grand Gold Medal al Concorso Mondiale Spirits Selection di Bruxelles, e con una menzione speciale, venendo di fatto riconosciuta come il miglior liquore d'erbe al mondo. Il World Grappa Awards 2020 è il riconoscimento conferito alle grappe Mangilli che guadagnano i tre gradini più alti del podio come 'Migliori grappe al mondo' e con il 'Miglior design'.

Il 2020 in particolare, è stato un anno ricco di premi e riconoscimenti che rendono merito al lavoro e all'impegno dell'azienda in ogni aspetto, in special modo, dal punto di vista della produzione. La tonica "Miracle 1638" del Gruppo Caffo 1915 ha ottenuto il Premio di 'Miglior Prodotto al Mondo al Bergamotto' 2020, in occasione dell'ultima edizione del BergaFest a Reggio Calabria. Gruppo Caffo 1915 è stato riconosciuto azienda d'eccellenza del Made in Italy insieme alle più prestigiose società del panorama nazionale nell'edizione 2020 di 'Save the Brand' e premiato per aver riportato nel Paese storici brand nazionali e internazionali contribuendo alla valorizzazione del patrimonio liquoristico italiano.

Altre medaglie arrivano dalla competizione internazionale 'SIP Awards International Spirits Competition' 2020, con un totale

di cinque medaglie vinte tra Emporia Gin, Petrus Boonekamp e Vecchio Amaro del Capo versione Red Hot Edition con tre medaglie. Vecchio Amaro del Capo si aggiudica il podio al Brands Award 2020 in quattro categorie. Primo posto nella categoria 'Alcolici e Birre' per il quarto anno consecutivo e nel 2021 conferma il suo successo vincendo il prestigioso premio 'Retailer'. Alla competizione 'Spirit Selection' by Concours Mondial de Bruxelles 2021 che premia i superalcolici provenienti da ogni parte del mondo, Blood Bitter Petrus BK e Sambuca S. Maria al Monte ottengono rispettivamente la medaglia d'oro e d'argento. L'inizio del 2022 ha visto il lancio dell'ultima grande novità firmata Caffo, Robur, la bevanda a base di Ferro China Bisleri, oltre ad essere un ottimo analcolico è un integratore alimentare registrato dal Ministero della Salute, adatto a tutte le età.