

CAMPARI GROUP

Campari Group lancia 'Take Time to Taste', campagna di comunicazione globale sul bere responsabile

La campagna eleva il tempo a ingrediente chiave per vivere pienamente i momenti di convivialità e aggregazione, concentrandosi sull'importanza di un consumo responsabile

A partire dal 10 dicembre 2024, la campagna sarà pubblicata sui canali social ufficiali del Gruppo Protagonisti i tre grandi classici dell'aperitivo all'italiana: Aperol Spritz, Americano e Negroni

Milano, 10 dicembre 2024-Campari Group annuncia la **campagna di comunicazione globale 'Take Time to Taste'**, volta a sensibilizzare il consumatore su un approccio **responsabile al consumo di bevande alcoliche**.

Partendo dalle ricette di alcuni dei suoi *cocktail* più iconici-**Aperol Spritz, Americano e Negroni**-il Gruppo, alcuni dei cui *brand* sono simbolo del rito dell'aperitivo italiano nel mondo, invita i consumatori *legal drinking age* a **prendersi il giusto tempo per vivere al meglio i momenti di convivialità**, mettendo al primo posto **moderazione e responsabilità**.

Con **'Take Time to Taste'**, Campari Group sottolinea l'importanza della **qualità rispetto alla quantità**, elevando il concetto di **tempo a ingrediente fondamentale** di ogni *cocktail*.

La campagna sarà inoltre accompagnata da **consigli per un consumo responsabile e moderato** che invitano a combinare il consumo di bevande alcoliche con quello di alimenti, mantenersi idratati, osservare le regole sul *drink&drive*, rispettare gli altri e le loro scelte.

'Take Time to Taste conferma il nostro impegno per un consumo di bevande alcoliche ispirato ai valori dello stile mediterraneo, conviviale e responsabile, sempre in associazione al cibo e a momenti di socialità', spiega Aldo Davoli, Group Head of Global Public Affairs, Communications and Sustainability di Campari Group. 'In qualità di attore responsabile all'interno dell'industria degli spirit, Campari Group promuove una cultura della qualità e della responsabilità, che si declina anche attraverso progetti e iniziative di comunicazione e attività di formazione promosse autonomamente o in collaborazione con altre aziende del settore e con le principali associazioni di categoria. Per questo, nel 2020 è stata formalizzata una strategia globale sul bere responsabile che, anche attraverso il coinvolgimento degli stessi Camparisti e dei bartender, sensibilizzi su un consumo consapevole e responsabile dei nostri prodotti.'

La campagna sarà *live* sui canali *social* ufficiali di Campari Group a partire dal 10 dicembre 2024 con l'*hashtag* #taketimetotaste.

LinkedIn: Campari Group;
Instagram: @camparigroup;
Facebook: Campari Group;
X: @GruppoCampari

PROFILO DI CAMPARI GROUP

Campari Group è uno dei maggiori player a livello globale nel settore degli *spirit*, con un portafoglio di oltre 50 marchi che si estendono fra brand a priorità globale, regionale e locale. I *brand* a priorità globale rappresentano il maggiore *focus* di Campari Group e comprendono Aperol, Campari, SKYY, Grand Marnier, Espolòn, Courvoisier, Wild Turkey e Appleton Estate. Campari Group, fondato nel 1860, è il sesto per importanza nell'industria degli *spirit* di marca. Ha un *network* distributivo su scala globale che raggiunge oltre 190 Paesi nel mondo, con posizioni di primo piano in Europa e nelle Americhe.

CAMPARI GROUP

La strategia di Campari Group punta a coniugare la propria crescita organica, attraverso un forte *brand building*, e la crescita esterna, attraverso acquisizioni mirate di marchi e business. Con sede principale in Italia, a Sesto San Giovanni, Campari Group conta 25 siti produttivi in tutto il mondo e una rete distributiva propria in 26 paesi. Campari Group impiega circa 4.900 persone. Le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano N.V. (Reuters CPRI.MI-Bloomberg CPR IM) sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana dal 2001. Per maggiori informazioni: <http://www.camparigroup.com/it> Campari Group promuove un consumo responsabile.

Ufficio Stampa

Hill & Knowlton

Ilaria Carfi: ilaria.carfi@hillandknowltonstrategies.com; +39 324 011 4825

Giorgia Verderio: giorgia.verderio@hillandknowltonstrategies.com

Beatrice Ventimiglia: beatrice.ventimiglia@hillandknowltonstrategies.com