Con el Negroni consolidado como el best seller indiscutido en los bares del mundo, el inconfundible bitter rojo relanza su icónica botella

Octubre 2024 - Miles de relatos están contenidos dentro de una botella de Campari. A lo largo de su historia, el aperitivo logró volverse a la vez icónico y flexible, adaptándose a distintas visiones del mundo para convertirse en gran protagonista de la historia de la coctelería.
Este viaje no habría sido posible sin su esencia vibrante y las hierbas que lo componen, que permiten crear diferentes sabores y texturas. Desde el MiTo, cóctel fundacional de una larga historia, hasta interpretaciones modernas como la del Campari Spritz, Campari ha cautivado a generaciones de amantes de la coctelería, convirtiéndose en el corazón de innumerables cócteles.

- **Un aperitivo, un mundo: desde la cuna del aperitivo a la proyección global.**

Un aperitivo, así, abrió la puerta a todo un mundo. Un mundo en el que conviven la sofisticación, la vanguardia y el estilo, desde un espacio propio y distintivo. De esta manera, la rica herencia de Campari se multiplica, manteniendo siempre vigente su refinamiento. Milán es a Campari **su ciudad fetiche, y la nueva botella se inspira en el aura que esta urbe cosmopolita y refinada proyecta al mundo.**

Y hoy, un nuevo paso se suma a esa historia de sofisticación y versatilidad. Campari renueva su botella para transmitir su sello de eterna elegancia y simbolizar la expansión de la cultura del aperitivo por todo el mundo. En este relanzamiento, Campari celebra el vínculo que siempre ha existido entre la marca y su ciudad natal, Milán, con un diseño inspirado en la historia compartida que comenzó en 1860.

El próximo 8 de octubre, la emblemática Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires se convertirá en el escenario de un encuentro único que marcará el lanzamiento de la nueva botella. En un espectáculo que fusiona música, arte y herencia, no solo presentará la nueva propuesta de Campari, sino que también celebrará sus cócteles clásicos más emblemáticos, elaborados con el inconfundible rojo que ha conquistado a los conocedores de la coctelería de todo el mundo.

Marca y ciudad de origen están estrechamente conectadas y unidas por el mismo espíritu innovador y pionero que, a lo largo del tiempo, ha convertido a ambas en **íconos de estilo**.

¨Campari es el aperitivo que da vida a un mundo de experiencias. Nacido en Milán, cuna de la coctelería clásica, es el icónico e inolvidable aperitivo rojo italiano que está en el corazón de algunos de los cócteles más famosos del mundo¨, destaca Estefanía Jacobs, Marketing Manager de Campari en Campari Group Argentina.

La edición 2024 del **Brands Report de Drink Internacional** refleja este prestigio, *con Campari al tope de ventas en la categoría Licores, lugar que ocupó todos los años de manera consecutiva desde 2016.*

La nueva botella es una oda visual a Milán, con pautas estéticas de la cultura de la ciudad plasmadas en un diseño atemporal. Transmite la elegancia discreta que es el sello identitario de Milán como capital global del diseño. La dirección de las líneas dispuestas verticalmente representa el viaje de la cultura del aperitivo desde Milán al mundo, guiando la vista hacia el nombre de la ciudad en el centro de la botella.

Celebrando tanto esta nueva etapa como la historia del aperitivo, el grupo de bartenders que forma parte del Campari *Squad* sumará sus propias perspectivas al mundo Campari a través de cócteles icónicos. Ludovico de Biaggi abordará el Garibaldi, Mona Gallosi el Negroni, Flavia Arroyo el Sbagliato, Adriano Marcellino el Boulevardier, Martin Tummino el Campari Spritz, y Sebastián García el MiTo y el Americano. Aquí, reconstruimos cada una de estas creaciones.

MiTo

Gaspare Campari no sólo fue la mente detrás de la fórmula del Campari. Fue también un empresario gastronómico, fundador de un histórico café en el corazón de Milán. Y no es sorpresa, claro, que ese lugar haya sido la cuna de cócteles memorables que quedaron para siempre escritos en la historia.
El MiTo (abreviación de “Milano-Torino”) es la simple unión del Campari de Milán con el vermut dulce típico de Torino. Y es también una especie de cimiento de la coctelería italiana clásica, el punto de partida del que derivan otros cócteles icónicos.
En aquellas épocas, el MiTo tenía un hermano que quedó perdido en las nieblas de la historia: el Torino-Milano. Este cóctel combinaba al Campari con el ya desaparecido Amaro Cora y aunque ya no existe, si es una prueba de la versatilidad de Campari al momento de acompañar otras bebidas.

Americano

La figura de James Bond está eternamente unida a los Martini y a su particular preferencia por el batido en lugar del refrescado como método de preparación. Pero muchos olvidan que en el libro “Casino Royale” de 1953, donde el personaje creado por el autor Ian Fleming hace su debut, el primer cóctel que Bond pide es un Americano. En From Russia With Love, el espía inglés se relaja con un par de Americanos en un vuelo de Roma a Estambul. Y en el relato corto From a View to a Kill, Bond pide un Americano en un café, remarcando que “afuera, en la vereda bajo el sol, no es lugar para vodka, whisky o gin”. No extraña entonces que en el estudio Cocktail Tracking Kantar 2023 el Americano, en la mente de los consumidores, esté fuertemente asociado a la imagen del connoisseur: aquel que sabe lo que quiere y cómo lo quiere.

Para la época de su aparición en las novelas de Fleming, el Americano ya llevaba casi un siglo de existencia: sus primeras versiones datan de la década de 1860 y derivan del agregado de agua gasificada al MiTo. El nombre del cóctel, al parecer, tiene que ver con el cariño que el cóctel despertó en los turistas norteamericanos que visitaban Milán masivamente durante los años de la Prohibición.

Negroni

La historia de Campari está íntimamente unida a la del Negroni. “Su relación simbiótica con el cóctel contribuye enormemente a las ventas. Mientras otras marcas tienen competidores. Campari es Campari”, señala la edición 2022 del Drinks International Brands Report. En ese informe, el Negroni lleva ya tres años consecutivos (2022, 2023 y 2024) como el cóctel clásico más vendido en todo el mundo. Y en el Cocktail Tracking Kantar 2023, dos de los atributos más mencionados por el público en relación con el Negroni son “icónico” y “premium”.

Y si bien la figura del conde Camilo Negroni suele ser la primera que se menciona en relación con el cóctel, el bartender Fosco Scarselli, quien efectivamente estaba a cargo de la barra del mítico Caffe Casoni cuando el Negroni hizo su debut público, es también un personaje clave de la historia de la coctelería.

“El trabajo del bartender no es cualquier trabajo”, supo destacar alguna vez Scarselli. “El bartender tiene que cambiar dependiendo de la persona que tenga enfrente. Tiene que conocer y adivinar el sabor y el sentimiento que debe ofrecer. Una panacea contra momentos oscuros y mala fortuna”. Como dato curioso, el Café Cassoni, hoy rebautizado como Caffe Giacosa, es actualmente propiedad del diseñador de modas Roberto Cavalli.

Boulevardier

La figura del escritor Erskine Gwynne está tan unida al Boulevardier que muchos piensan que él fue el inventor del cóctel. Pero no, el creador fue el bartender norteamericano Harry McElhone, uno de los muchos que se instalaron en Europa (París en este caso) luego de que se decretara la Prohibición en Estados Unidos.
Gwynne es, eso sí, el inspirador del cóctel, que une en partes iguales Campari, vermut dulce y bourbon. También norteamericano, también expatriado y habitué de la noche parisina, fundó una revista literaria que se llamó, justamente, The Boulevardier. La palabra designa a los jóvenes de familia adinerada y gustos caros que poblaban la Ciudad Luz en aquellas épocas (y en todas las demás, a decir verdad). Fiel a su nombre, en el Cocktail Tracking Kantar 2023 los consumidores relacionaron al Boulevardier con lo trendy.

Sbagliato

La palabra “sbagliato” significa “equivocado”. Y es que históricamente se dijo que la mixtura de Campari, vermut dulce y espumante nació de un error de un camarero del Bar Basso de Milán, quien sin querer tomó una botella de burbujas en lugar de una de gin para completar un Negroni.
Pero Maurizio Stocchetto, propietario del Bar Basso, asegura que nada es accidental en el Sbagliato sino que fue una creación deliberada. “A principios de los ‘70, luego del movimiento de liberación femenina, las mujeres empezaron a venir solas a los bares. Así que necesitábamos algo más adecuado al paladar femenino, y este cóctel tenía menos alcohol”, supo relatar. “Escuché muchas versiones de la historia a lo largo de los años, así que es difícil saber cuál es la exacta pero eso es el Sbagliato, no es un error”.
Accidental o diseñado, el Sbagliato tuvo su gran momento de fama viral en TikTok en 2022 de la mano de la actriz Emma D’Arcy, protagonista de la serie House of the Dragon, quien lo nombró como su cóctel favorito en una entrevista.

Garibaldi

General, patriota y revolucionario, Giuseppe Garibaldi es el gran héroe que a mediados del siglo XIX logró unificar a Italia en un solo reino. Condenado a muerte luego de una revuelta, escapó a Latinoamérica para participar de las luchas revolucionarias de Brasil y la Banda Oriental (hoy Uruguay). Fue justamente esta última causa la que lo enfrentó duramente con Juan Manuel de Rosas, quien probablemente nunca imaginó que una estatua de Garibaldi terminaría dominando una de las zonas más transitadas de Buenos Aires: Plaza Italia.
Llevando el color de las camisas rojas que utilizaban sus partidarios, el clásico cóctel que mezcla Campari con jugo de naranjas fue bautizado con su nombre. El trago tuvo una fama sencilla hasta que en el 2015 el bartender Naren Young lo convirtió en la insignia de Dante’s, su bar neoyorquino.

Campari Spritz

A fines del siglo XIX, Venecia era parte del Imperio Austro-Húngaro y los soldados austríacos encontraban demasiado fuertes los vinos locales. Es por eso que, usualmente pedían que se los diluyeran con agua gasificada. El nombre de la categoría Spritz viene, de hecho, del verbo alemán “spritzen”, que significa “rociar” o “salpicar”.

Pronto la costumbre se popularizó en la zona e incorporó al Campari y a otros bitters como el principal ingrediente, junto a los vinos blancos de la zona como el Pinot Grigio, el Soave o el espumoso Prosecco.

3 partes de vino espumante, 2 partes de Campari, 1 dash de soda y 1 rodaja de naranja, completan la receta actual de este cóctel que en el Cocktail Tracking Kantar 2023 fue asociado por los consumidores con lo trendy y lo aesthetic.

ACERCA DEL GRUPO CAMPARI

El Grupo Campari es una compañía muy importante en la industria mundial de bebidas espirituosas, con una cartera de más de 50 marcas premium y súper premium, que abarca prioridades globales, regionales y locales. Las prioridades globales, el principal objetivo del Grupo, incluyen Aperol, Appleton Estate, Campari, SKYY, Wild Turkey y Grand Marnier. El Grupo fue fundado en 1860 y hoy en día es la sexta compañía más grande del mundo en la industria de bebidas espirituosas premium. Tiene un alcance de distribución global, se comercializa en más de 190 países de todo el mundo con posiciones líderes en Europa y América. La estrategia de crecimiento del Grupo apunta a combinar el crecimiento orgánico a través de una sólida construcción de la marca y el crecimiento externo mediante adquisiciones selectivas de marcas y negocios. Con sede en Milán, Italia, el Grupo Campari cuenta con 22 plantas en todo el mundo y tiene su propia red de distribución en 21 países. El Grupo emplea a unas 4000 personas. Las acciones de la compañía matriz, Davide Campari-Milano N.V. (Reuters CPRI.MI - Bloomberg CPR IM), cotizan en la Bolsa de Valores de Italia desde 2001. Para mayor información: http://www.camparigroup.com/es

Disfrute de nuestras marcas responsablemente.

CONTACTO:

Juliana Lamelza
Juliana@brerapr.agency

Gabriela González Mercuri
gabriela@brerapr.agency

Silvina Barletta
silvina@brerapr.agency

Estefania Jacobs
Marketing Manager
Estefania.jacobs@campari.com