Campari Red Diaries 2017, svelate le 12 storie e il cortometraggio

floydtheredlady-lr-0bca7dba

Campari svela ufficialmente l’intero progetto Campari Red Diaries e le tante storie che lo compongono: una ri(e)voluzione in senso olistico del Calendario Campari che si inaugura oggi a Roma, la città simbolo del cinema italiano. Con l’obiettivo di portare in scena il concetto che “ogni cocktail racconta una storia”, Campari Red Diaries celebra i cocktail stessi come forma d’arte e potente veicolo espressivo, raccontando le esperienze che ispirano i bartender a ideare e condividere le loro creazioni.

[embed width="560"]https://youtu.be/fKKp6tQeXho[/embed]

Killer in Red, il cardine del progetto, è un intrigante cortometraggio diretto dal pluripremiato regista di fama internazionale Paolo Sorrentino e interpretato dall’attore hollywoodiano Clive Owen. Ambientato in un esclusivo locale, questo noir che presenta gli inconfondibili tratti stilistici di Sorrentino vede il premio Golden Globe Clive Owen calarsi nei panni di un uomo come tanti che assume le sembianze di Floyd, un celebre bartender nei primi anni Ottanta, mentre immagina la storia che sta dietro alla creazione del cocktail Killer in Red. Il film si sviluppa su due piani temporali, ritraendo magnificamente l’incredibile energia che caratterizzava lo spirito di allora con un cast di oltre 170 attori e l’uso di costumi originali del periodo.

La leggenda narra che Floyd abbia un talento nel leggere la mente dei clienti e servire quindi il cocktail perfetto per il carattere di ciascuno. Nel corso della storia, questo presunto talento permette a Floyd di conoscere la “Signora in rosso”, interpretata dall’attrice franco-svizzera Caroline Tillette. Più il cortometraggio prosegue, più il pubblico inizia a sospettare che la “Signora in rosso” sia assai più complicata di quanto Floyd avrebbe mai creduto... Come spesso accade in molti film di Sorrentino, il finale è aperto ed è lo spettatore a dover trarre le proprie conclusioni, in linea con la filosofia di Campari secondo cui ogni cocktail racconta una storia, e a narrarla è il suo creatore, il bartender.

Clive Owen, star protagonista di Killer in Red, commenta: *“Non potevo dire di no al progetto Campari Red Diaries. Mi è subito piaciuto il fatto che fosse un cortometraggio con una vera storia e non uno spot pubblicitario, e mi ha attirato molto il fatto che a girarlo fosse Paolo Sorrentino. Penso che Sorrentino,con la sua immaginazione visionaria, sia uno dei migliori registi in circolazione”.*

paolosorrentino_lr**Paolo Sorrentino**, regista e sceneggiatore di Killer in Red, aggiunge: *“Sono orgoglioso di partecipare a questo progetto Campari per due motivi: innanzitutto per gli artisti incredibili che hanno avuto il privilegio di collaborare con il marchio in passato: ora il mio nome è pronunciato insieme a quello di Depero, Fellini e altri, forse immeritatamente. Poi perché questo progetto, almeno per come l'ha inteso Campari, è insolito, e io amo i progetti pionieristici”.*

Se Killer in Red dà il via a questa campagna magistrale, il viaggio di Campari Red Diaries punta a dare un volto all’estro e al talento dei bartender in modo autentico con 12 storie di cocktail create da alcuni tra i professionisti più bravi del mondo, fruibili attraverso video diretti dal giovane regista emergente italiano Ivan Olita. Gli spettatori vengono guidati nella magia che sta dietro alla creazione di ogni cocktail Campari, ponendo al centro la cultura della mixology nelle sue più svariate declinazioni. Ciascuna di queste storie coglie la personalità dei bartender e delle loro narrazioni in maniera intima, e gli spettatori ne vengono coinvolti come quando scelgono un cocktail.

thekillerinred_lrCome da tradizione del calendario Campari, nonché per confermare la vera ri(e)voluzione di Campari Red Diaries, i protagonisti di Killer in Red e i bartender su cui sono basate le 12 storie di cocktail saranno immortalati in un Calendario Campari Red Diaries firmato dall’acclamato fotografo argentino Ale Burset, che coglie la vera essenza di ogni storia e del suo narratore. Come negli anni scorsi, sono state stampate soltanto 9.999 copie che non andranno in vendita, ma saranno distribuite in tutto il mondo agli amici di Campari come ricordo.

Bob Kunze-Concewitz, Chief Executive Officer del Gruppo Campari, commenta così: *“È con grande entusiasmo che lanciamo a Roma questa campagna davvero unica che ci permette di tornare a sorprendere e deliziare gli appassionati di Campari in tutto il mondo portando il marchio in un territorio inesplorato.L’utilizzo del film come veicolo di comunicazione ci ha permesso di ritrarre l’estro poliedrico necessario per la creazione dei cocktail e, al tempo stesso, di continuare a porci nuove sfide per far diventare sempre di più il nostro iconico brand un celebre marchio globale contemporaneo. La campagna di quest’anno adotta un nuovo mezzo di comunicazione senza spezzare i legami con il Calendario Campari. È proprio questo l’approccio di Campari: innovare, senza mai dimenticare la nostra tradizione. Sono molto fiero del risultato, che attribuisco ai tanti professionisti con cui abbiamo avuto la fortuna di collaborare, da Paolo Sorrentino a Clive Owen, Ale*

Burset e Ivan Olita, ciascuno dei quali ha lasciato il proprio segno non solo all'interno del progetto, ma nella storia del brand".

J. Walter Thompson Milano ha ideato il concept di Campari Red Diaries, compresa la storia originale Killer in Red, di cui Paolo Sorrentino ha firmato la sceneggiatura. Campari Red Diaries, e quindi anche Killer in Red, sono una produzione Filmmaster Productions.

www.campari.com