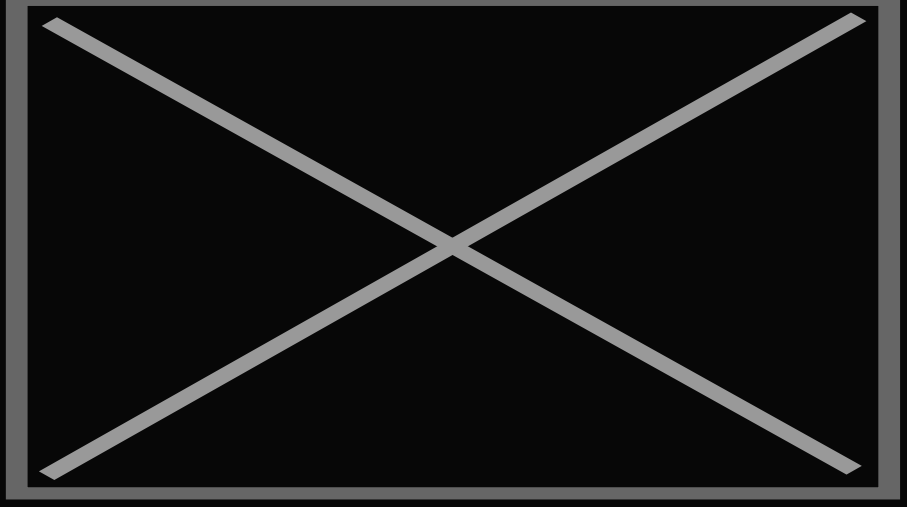
Il gruppo Caffo torna al cinema nel nuovo film di Francesco Miccichè

caffo2-4390bd09

Il Gruppo CAFFO 1915 presenta l’operazione di Product Placement realizzata per il nuovo film diretto da Francesco Miccichè intitolato “Compromessi Sposi”, che vede protagonisti i campioni della risata Diego Abatantuono e Vincenzo Salemme, e uscita nelle sale giovedì 24 gennaio.

Il film, prodotto da Camaleo, che ha curato anche l’attività di Product Placement, è distribuito da Vision Distribution e mette in scena la storica avversione tra due poli opposti della penisola, Nord e Sud, in una moderna versione dell’osteggiato matrimonio tra i famosi personaggi letterari Giulietta e Romeo.

Il fulcro da cui ha origine il gruppo aziendale CAFFO è rappresentato da Distilleria F.lli Caffo, realtà imprenditoriale che nasce nel 1915 per volere di Giuseppe Caffo, Mastro Distillatore, dando vita a una realtà imprenditoriale arrivata oggi alla quarta generazione e che negli anni ha scalato, nella sua categoria, i mercati nazionali ed esteri con un’ampia gamma di liquori e distillati che rappresentano l’italianità. Un successo nazionale ed internazionale, infatti, il Gruppo CAFFO 1915 è presente con proprie controllate che si occupano della commercializzazione delle proprie specialità liquoristiche, anche in Germania e negli USA. Il cuore della produzione del gruppo, però, resta radicato in Italia, con la storica distilleria Calabrese dove si produce il Vecchio Amaro del Capo , la BORSCI S.MARZANO 1840 di Taranto in Puglia e le Antiche Distillerie Friulane riunite che producono ottime grappe in provincia di Udine.



L’operazione di Product Placement riconferma l’attenzione del gruppo CAFFO alle produzioni cinematografiche nazionali ed è realizzata all’interno della commedia “Compromessi Sposi” puntando sulle due etichette "regine" indiscusse del mercato dei liquori e dei distillati e appartenenti entrambe al GRUPPO CAFFO 1915:

- Vecchio Amaro del Capo, liquore di 29 erbe di Calabria, leader di mercato liquori e numero uno delle vendite, tra gli amari d’erbe, all’interno del circuito della grande distribuzione organizzata;

- Elisir S.Marzano Borsci, storico e iconico liquore della tradizione italiana fin dal 1840, noto per il suo gusto inconfondibile e la sua versatilità di utilizzo cui ha affiancato altre referenze in bottiglia che allietano i protagonisti in diversi momenti. Tra questi la birra bionda Mount Lion, Liquorice CAFFO, Vecchia Grappa Caffo, Nocino del Monte Poro, Red Bitter, Limoncino dell’Isola.

Oltre alla collaborazione legata all’attività di Product Placement, che la vede protagonista in più scene di momenti eclatanti della storia del film, CAFFO è stato anche sponsor della première del film che si è tenuto a Roma in occasione della sua uscita.

“Abbiamo scelto di collaborare a questo film perché riteniamo importante sostenere le produzioni cinematografiche nazionali, soprattutto le commedie come questa che grazie alla qualità del suo cast entrerà nel cuore e nelle case delle famiglie Italiane, dove i nostri prodotti principali Vecchio Amaro del Capo ed Elisir Borsci S. Marzano non possono mancare in quanto parte della tradizione del nostro paese” – afferma **Sebastiano Caffo**, CEO del Gruppo Caffo 1915.

Con questa operazione si afferma la rilevanza strategica delle operazioni di Product Placement, che costituiscono una forma di finanziamento estremamente importante per il cinema italiano e un’opportunità sempre più interessante per le aziende.