Aperol festeggia cento anni dell'aperitivo italiano

aperol-pr-100yearslabel-6bottles-orangebackground-be25ae03

Aperol, vera e propria icona dell’aperitivo italiano, nono nella lista dei cocktail più venduti al mondo, ha annunciato pochi giorni fa a Padova - città in cui il brand è nato - l’inizio dei festeggiamenti dei suoi cento anni. Nato in Veneto nel 1919, Aperol non rappresenta solo l’aperitivo per eccellenza, bensì un mondo fatto di valori ed esperienze. Grazie al suo colore e al gusto inconfondibili, il brand si è ormai affermato a livello internazionale come un fenomeno culturale e sociale che coinvolge persone diverse tra loro in una sorta di rito collettivo dove si celebra la gioia di vivere e dello stare insieme.

Presentato per la prima volta cento anni fa alla Fiera Internazionale di Padova, Aperol è stato creato dai fratelli Luigi e Silvio Barbieri, i quali coniarono il nome prendendo ispirazione dal termine Apéro che, in francese, significa aperitivo. Combinazione perfetta di erbe e radici in infusione, la ricetta originale è rimasta segreta e invariata nel tempo. Aperol Spritz, il drink per eccellenza realizzato con Aperol, è oggi conosciuto e apprezzato in tutto il mondo. Creatore e protagonista indiscusso della categoria dello spritz, Aperol si è guadagnato il meritato posto nella lista della International Bartender Association (IBA) come ingrediente base dello Spritz Veneziano. Da sempre, Aperol Spritz è consumato in tutto il Veneto - specialmente nei bacari, i tipici bar veneziani che incarnano lo stile di vita veneziano - accompagnato da qualche stuzzichino, come i tradizionali ‘cicchetti’, all’ora dell’aperitivo. Per festeggiare il proprio centesimo anniversario, Aperol dà così il via a una serie di attività celebrative a livello internazionale che avranno luogo durante tutto il 2019, usando un linguaggio universale come l’arte, la musica e, ovviamente, Aperol Spritz, unico drink in grado di creare momenti di condivisione e unire le persone ovunque si trovino.

APEROL LIMITED EDITION

moderna che si riflette non solo nell'acceso colore arancione del drink, ma anche nella sua inconfondibile bottiglia. Per celebrare questo anno così importante, Aperol ha deciso di lanciare una serie di etichette limited-edition, ciascuna della quali sarà un pezzo unico. Ciò è reso possibile da una speciale formula cromatica che ricrea un numero infinito di singole variazioni di un iconico disegno realizzato dall'artista italiano Lorenzo Mattotti (1990), che ritrae una giovane coppia che balla tenendo in mano una bottiglia di Aperol e due calici contenenti il celebre aperitivo.

GRAZIE VENETO

Attraverso l'operazione Grazie Veneto, Aperol desidera ringraziare il proprio territorio di origine che ha contribuito alla diffusione globale del rito italiano per eccellenza, posizionando tre opere inedite d'arte urbana in punti strategici della città di Padova, proprio nel luogo in cui tutto è cominciato 100 anni fa. Le opere saranno svelate e fruibili dal 28 giugno. Con l'obiettivo di raccontare come il rituale veneto abbia ormai oltrepassato i confini, tre artisti provenienti da Italia, Inghilterra e Stati Uniti si sono riuniti per rappresentare il ruolo cruciale del brand nel celebrare momenti di felicità e condivisione, attraverso l'interpretazione di un oggetto della vita quotidiana: un sofa. I sofa non rappresenteranno soltanto la storia e il patrimonio di Aperol ma metteranno in luce i valori fondamentali del brand di condivisione, all'insegna del motto "Happy Together". Kartell, azienda leader di design fondata 70 anni fa e che oggi diffonde lo stile italiano nel mondo, ha scelto di unirsi ad Aperol in questo anno di festeggiamenti fornendo a ciascun artista l'iconico divano Bubble per esterni su cui lavorare. Le opere d'arte finite saranno posizionate in location esterne per favorire momenti di condivisione e gioia tra i cittadini.

GRAPHIC NOVEL

Aperol ha collaborato con il noto fumettista Tito Faraci e con l'illustratore Sergio Gerasi per creare "Orange Chronicles", un libro ad hoc con storie eccezionali che portano in vita scenari di momenti di condivisione e felicità a partire da quando il brand è nato, 100 anni fa. Per raccontare la storia di Aperol in chiave contemporanea, la graphic novel è composta da sette storie a fumetto ambientate in diversi decenni e in luoghi differenti del mondo, da Padova a New York, dove gli artisti hanno creato un mosaico di racconti, dalla commedia al suspense, con un tocco di romanticismo, e con il colore arancione a fare da filo conduttore. "Orange Chronicles", pubblicata da Gribaudo, si potrà acquistare a partire da luglio in libreria, online su Amazon e sul sito web di Gribaudo.

THE APEROL SUMMER TOUR

Durante l'estate, Aperol organizzerà il The Aperol Summer Tour in tutta Italia e in alcuni paesi sulla costa europea, tra cui Grecia e Malta, dove il brand stupirà i consumatori con un classico aperitivo sulla spiaggia portato dai colorati anfibi Aperol che sbarcheranno direttamente dal mare, dando vita a veri e propri bar. L'attività avrà inizio in Israele, a Tel Aviv, il prossimo maggio. Presso gli anfibi Aperol

saranno anche allestiti postazioni per DJ set, il mezzo perfetto per dare vita a momenti di condivisione. Diffondendo l'inconfondibile colore arancione e conquistando i palati di nuovi amanti di Aperol a livello internazionale, migliaia di persone si riuniranno per festeggiare insieme.

Andrea Neri, Managing Director Italian Icons presso Campari Group, ha commentato: *"Aperol è un brand che ambisce a unire persone diverse provenienti da tutto il mondo attraverso il suo linguaggio universale. In un anno così speciale, siamo felici di lavorare su un progetto globale di questa portata che coinvolgerà gli amanti di Aperol e nuovi consumatori non solo in Italia ma anche a livello internazionale. Vera icona italiana, Aperol sta diffondendo con successo la sua filosofia e il suo stile di vita oltre confine – prevediamo una grande estate tinta di arancione!".*