Vecchio Amaro del Capo, il nuovo spot lanciato con Sanremo

spot-amaro-capo-75dd35d7

Il nuovo spot di Vecchio Amaro del Capo arriva nelle case degli italiani portando lo spettacolo della musica nel suo ambiente naturale, il palco, con il genere più iconico, il rock, proposto in chiave contemporanea e glam come vuole il trend del momento.

Per lanciare lo spot e la campagna adv, Gruppo Caffo 1915 ha scelto la cornice del Festival di Sanremo. *"Vecchio Amaro del Capo come la musica unisce le persone. Un'associazione che in questo spot abbiamo voluto valorizzare e il Festival è certamente l'occasione migliore per presentarlo per la prima volta al pubblico che potrà apprezzare anche il nuovo arrangiamento della canzone identifica e rappresenta il nostro prodotto"*, spiega **Nuccio Caffo**, distillatore e amministratore delegato del **Gruppo Caffo 1915**.

Lo spot è il **racconto di un momento di musica**. I riflettori illuminano il palco. Una figura in controluce batte l'attacco con tre colpi di bacchetta. Dalla batteria parte il ritmo che dà il via alla musica. Vecchio Amaro del Capo è il grande protagonista e la sua canzone in versione glam rock scatena la voglia di cantare. Da casa, un gruppo di amici segue in tv l'esibizione della band e con Vecchio Amaro del Capo, ghiacciato o nei cocktail, brindano al piacere di stare insieme, alla musica e anche al successo del brano scritto e cantato da Daniela e Luca Sardella.

"Con questo spot, abbiamo voluto dare continuità al nostro messaggio tra tradizione e innovazione come è la musica, come è il nostro pubblico, come è Vecchio Amaro del Capo. Si chiude quindi una trilogia di spot, ambientati in situazioni diverse, inizialmente in teatro, poi nelle case degli Italiani ed ora sul palcoscenico di un concerto, in quanto vuole essere il nostro augurio di un ritorno alla completa normalità per il mondo della musica", continua Nuccio Caffo che conclude ringraziando " ***Luca e Daniela Sardella*** *per aver composto il brano, il Dj Sautufau per averlo reso attuale sin dal*

primo remix e per aver seguito musicalmente il nuovo arrangiamento dal vivo eseguito dalla rock band, l'agenzia PubliOne che segue con successo la comunicazione di Vecchio Amaro del Capo da 11 anni."

[embed width="560"]https://www.youtube.com/watch?v=AdIo9ptf-XI[/embed]

Lo spot infatti è stato prodotto da **PubliOne**, agenzia di comunicazione integrata con sedi a Milano, Forlì e Napoli e girato a Roma con la collaborazione della casa di produzione Dogodot. Per la sua realizzazione sono serviti 2 giorni di ripresa, 2 location, 35 addetti e un cast selezionato di musicisti/attori per dare autenticità alla narrazione come racconta **Paolo Ferrigno** di PubliOne, direttore artistico di lungo corso con alle spalle oltre trent'anni nel ruolo: *"Volevamo che fosse un vero momento di musica per creare quell'atmosfera carica di energia che si vive ai concerti. E davvero ci siamo riusciti. Il filo conduttore è la passione, raccontata con la bottiglia di Vecchio Amaro del Capo diventata il microfono della cantante e iconografia e simbolo di questo concetto. In fin dei conti, senza la passione dei suoi creatori e di chi oggi lo produce, Vecchio Amaro del Capo non potrebbe essere il più amato dagli italiani".*

E di passione si parla anche quando si pensa ai professionisti che hanno contribuito al risultato finale. *"Girare a Roma con maestranze che hanno lavorato da sempre nel cinema anche con grandi nomi, ci ha permesso di creare un set dinamico e cinematografico. Abbiamo* ***tolto la patinatura che caratterizza i commercial*** *per andare nella direzione del videoclip musicale e della fiction* – racconta **Davide Mastrangelo** regista di PubliOne con una carriera avviata e una formazione accademica sulla ricerca di nuovi codici espressivi dell'audiovisivo – *e il risultato è una ibridazione dei linguaggi: musicale, cinematografico e pubblicitario. Alla fine, perché il messaggio funzioni ci vuole un buon* ***bilanciamento tra le esigenze espressive e il soggetto proposto****, equilibrando scelte creative e obiettivi della comunicazione".*

Un risultato che il pubblico potrà vedere **per tutte le sere del Festival**, in programmazione su Rai e in controprogrammazione sulle reti Mediaset. La campagna crossmediale comprende anche una corposa presenza sui più importanti network radiofonici tra cui RTL 102.5, Radio105, Radio101, Radio Monte Carlo, Virgin; sul magazine per eccellenza del Festival, Tv Sorrisi e Canzoni, e altre testate off line; sul web, i social e include anche la partecipazione di Vecchio Amaro del Capo come sponsor, a Oltre il Festival, un innovativo media hub nella splendida cornice di Villa Nobel che ospiterà celebrity dello spettacolo e della musica, da cui trasmetteranno le radio di RadioMediaset.

"Il nuovo spot di Vecchio Amaro del Capo è in perfetta sintonia con la musica e i valori che esprime, per questo abbiamo studiato una pianificazione concentrata su Sanremo che coinvolgesse tutti i

media – sottolinea **Loris Zanelli** Founder e Ceo di PubliOne, agenzia di comunicazione integrata con sedi a Milano, Forlì e Napoli – *il Festival sarà di certo la migliore cassa di risonanza per il nuovo spot che racconta la musica. Inoltre, la canzone simbolo di Vecchio Amaro del Capo è ormai un evergreen che tutti sanno cantare come tante, diventate famose sul palco dell'Ariston. Lanciarla in questo nuova veste rock proprio in concomitanza con il Festival della canzone ci rende entusiasti".*