Caffo rilancia Amaro Sprint e punta alla mixology

20240424121841amarosprintindex-01c76b74

Sarà disponibile a metà maggio **Amaro Sprint**, novità del Gruppo Caffo che si distingue per il profilo di **gusto mediterraneo** che lo differenzia dai prodotti più "bitter" del Nord Europa, mediamente amari, agrumati e speziati.

Amaro Sprint rappresenta lo stile degli anni del dopoguerra in cui **si guardava con fiducia al futuro** ed è uno dei simboli del periodo in cui inizia ad affermarsi la categoria 'amari'. *"Si tratta della **reloaded edition con la stessa etichetta** del suo esordio con lo slogan del tempo: «Nella corsa verso il successo, una sosta per tenersi in forma», un buon augurio per il boom economico che si stava compiendo e per la voglia di ripresa degli italiani di allora che vale anche per oggi",* spiega **Pippo Caffo**, presidente di Gruppo Caffo 1915.

Ma non è finta, perchè l'Amaro Sprint si presta anche al consumo nel bere miscelato seguendo un trend che, come sottolinea il global chief marketing officer dell'azienda **Fabrizio Gulì**, è *"molto attuale a livello internazionale".*

Non a caso, in occasione della recente edizione di Vinitaly, Caffo **ha strizzato l'occhio proprio alla mixology** attraverso una drink list che ha destato interesse attraverso **Capo Tonic** con Vecchio Amaro del Capo Classico; **Capo Arrabbiato Spritz** con Red Hot Edition, versione piccante di Amaro del Capo, e **Capo Energy**, un nuovo signature cocktail by **Fabrizio Tacchi**, Amaro & Spirits Ambassador di Gruppo Caffo 1915, che nella ricetta prevede, oltre a Vecchio Amaro del Capo, Robur la bevanda integratore alimentare a base di Ferro China Bisleri. e CafCaffè, il liquore fatto con vero caffè espresso preparato con pregiata miscela 100% arabica infusa a caldo.

"Stiamo puntando al mercato italiano con novità di prodotto e nuove proposte per la mixology ma nel contempo vogliamo anche crescere fuori dai confini nazionali ampliando la nostra presenza all'estero",

commenta **Nuccio Caffo** amministratore delegato di Gruppo Caffo 1915, sottolineando come la presenza all'ultimo Vinitaly, attraverso un **grande stand a due livelli** con spazi raddoppiati per accogliere maggiori visitatori, e lo **spazio espositivo nel padiglione Calabria**, abbia visto una **crescita sensibile dei volumi di partecipazione**, sia di buyer italiani che esteri provenienti da Canada, Cina, Kenya, Sudafrica, Americhe e vari Paesi europei.