Sanpellegrino celebra la Meraviglia Italiana

vid-6986c92a

Bibite Sanpellegrino, in occasione della presentazione della campagna Meraviglia Italiana, celebra la creatività mediterranea con una installazione artistica che è un viaggio alla scoperta delle eccellenze italiane. Una collettiva che, mercoledì 4 novembre al 39esimo piano del Nuovo Palazzo della Regione Lombardia, ha preso la forma di un agrumeto 2.0 sospeso sul cuore della metropoli milanese, integrando in un unico percorso sensoriale le opere creative di quattro eccellenze italiane: gli scatti del fotografo Giovanni Gastel, i frammenti di Gianrico Carofiglio, i monili di Margherita Maccapani Missoni e le ricette della tradizione siciliana reinterpretate dallo chef stellato Pietro D'Agostino.

Dal 1932 vengono catturati nell'iconica clavetta delle Bibite Sanpellegrino, diventata simbolo della qualità Made in Italy in tutto il mondo, i profumi e i sapori del Mediterraneo. Ingredienti unici, che si trasformano in bibite dal gusto inimitabile e che, da sempre, sono anche l'ispirazione dei più grandi artisti italiani. In occasione del lancio della nuova campagna pubblicitaria che celebra l'origine italiana delle Bibite Sanpellegrino, è nata dunque l'idea di realizzare un'installazione artistica e un progetto digitale intitolati "Meraviglia Italiana", pensati con l'obiettivo di far dialogare tra loro diversi linguaggi creativi in un percorso che diventa un vero e proprio inno all'origine mediterranea.

«Le Bibite Sanpellegrino sono presenti in oltre 100 Paesi e sono a livello internazionale, insieme all'acqua S.Pellegrino, icona dell'Arte del vivere all'Italiana e di quei valori che da sempre ci contraddistinguono: la passione, la tradizione, la qualità delle materie prime – afferma **Stefano Agostini**, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo Sanpellegrino. *In occasione del rilancio della nuova Brand Identity, abbiamo dunque voluto 'fare sistema' e celebrare la Meraviglia Italiana, che dal 1932 catturiamo nelle nostre bibite, insieme ad alcune delle maggiori eccellenze artistiche italiane, come il fotografo Giovanni Gastel, lo scrittore Gianrico Carofiglio, la giovane stilista Margherita Maccapani Missoni e lo chef stellato Pietro D'Agostino. Sappiamo infatti che l'Italia ha un patrimonio straordinario, ed è proprio quel Mediterraneo che questo progetto vuole raccontare. Colori, profumi, paesaggi, sapori, ma anche persone e aziende che spendono ogni giorno le proprie migliori risorse per creare qualcosa di davvero unico che ci rende orgogliosi e che deve essere un tesoro da*

condividere e accrescere sempre di più».

Per vivere al meglio l'installazione artistica, dunque, il segreto è lasciarsi guidare proprio dagli agrumi. Il loro profumo intenso, la materia porosa e le tonalità sgargianti sono il trait d'union che conduce il visitatore in un viaggio attraverso cinque stanze virtuali. Fermo immagini capaci di catturare mondi tra loro contrastanti e in se stessi straordinariamente perfetti. L'Agrumeto è dunque l'inizio del racconto. Un luogo in cui isolarsi nel silenzio degli alberi per assaporare l'allegria della primavera che è sul punto di dilagare o l'euforia di un'estate bagnata dal sole.

Pochi passi più avanti, si varca una soglia virtuale e ci si ritrova su una terrazza che affaccia direttamente sul mare. Gli scatti di Giovanni Gastel incantano per i colori decisi dell'acqua, della terra e del cielo e per gli sguardi intensi delle figure umane. Una donna vestita di bianco sfiora con passi quasi danzanti la sabbia bagnata del lungomare. Il profumo del pomodoro si sprigiona mentre la salsa cuoce lenta sul fuoco, il sassofono confonde le sue note malinconiche con lo sciabordio delle onde del mare. Frammenti di vita, schegge di umanità, istantanee di Mediterraneità.

La poesia delle immagini lascia ora il posto alla suggestione delle parole. Gianrico Carofiglio racconta la bellezza malinconica di Bari, le stanze luminose, l'odore della salsedine, le passeggiate nelle mattine di primavera, il vento di scirocco e gli aromi della macchia mediterranea. Ci si può lasciar emozionare dai suoi versi seduti ai tavolini diun caffè letterario, dove le pagine segnate dai caratteri neri delle parole si sottraggono alle regole, escono dai libri e si compongono in una parete d'autore.

Nel laboratorio di Margherita Maccapani Missoni si respira odore di casa. Nei suoi monili si riscopre una spiccata passione per i colori e i materiali che richiamano il mare e i suoi "segreti", i ricordi dell'infanzia e delle estati con i nonni sulla barca o alla ricerca di conchiglie. Sonoi racconti di una storia familiare tutta italiana di amore per la moda, narrati da una giovane designer che ha deciso di esplorare nuove strade creative, con quella passione e quel savoirfaire che da sempre caratterizzano il Made in Italy e che oggi possono essere rivitalizzati dalle nuove generazioni.

Infine, tutti i sensi vengono appagati da un tripudio di profumi e sapori. Lo chef stellato Pietro D'Agostino guida infatti il visitatore in un percorso gastronomico attraverso le ricette della tradizione siciliana, reinterpretata dall'estro dell'artista in chiave contemporanea. Gusto, passione, qualità, innovazione e tradizione. Sono questi gli ingredienti della Meraviglia Italiana, che le Bibite Sanpellegrino vogliono celebrare perché da sempre presenti nel loro Dna. Insieme ad un fortelegame con il territorio d'origine,valorizzato nelnuovo progetto di comunicazione integrata di Bibite Sanpellegrino a partire dallo spot, on air da inizio novembre.

Qui la figura tipicamente mediterranea della protagonista, l’attrice Stella Egitto, percorre in sella ad una bicicletta i vicoli di Ortigia, la meravigliosa isolasiracusana dove è stato girato il film, mentre cattura con una bottiglietta dalla forma inconfondibile, la luce del sole, la sagoma di una cittadina affacciata sulla costa, gli alberi d’agrumi. I migliori ingredienti italiani magicamente si trasformano in una bibita dal gusto inimitabilementre Nina Zilli canta in sottofondo “L’amore verrà”, adattamento italiano del celebre hit delle Supremes e dei Genesis “You can’thurry love”.

Una campagna adv che ha proprio l’obiettivo di valorizzare la qualità delle Aranciate Sanpellegrino, da oggi con una nuova formula con il 20% di contenuto di succo e la diminuzionedel 10% di zucchero, e presentare la nuova Brand Identity dell’intera gamma. Un prodotto sempre più premium, come dimostra la grafica del pack con l’etichetta a scudo e la nuova bottiglia in PET, sinuosa e longilinea come quella dell’acqua S. Pellegrino, emblema in tutto il mondo di fine dining e associata alla cucina stellata dei più grandi chef italiani.

Non solo pianificazione televisiva, ma anche un restyling dell’intero sito che, online dal 9 novembre, dedicherà ampio spazio proprio alla celebrazione della Meraviglia Italiana. La sezione, infatti, conterrà da qui ai prossimi mesialcuni contributi esclusivi, tra i quali alcune video clip in cui Giovanni Gastel, Gianrico Carofiglio e Margherita Maccapani Missoni racconteranno alla macchina da presa come il Mediterraneo, i suoi sapori, la sua gente, i suoi profumi e i suoi colori siano stati fonte di ispirazione per le loro foto, i loro romanzi, le loro creazioni. In questo modo anche gli utenti e i consumatori di Bibite Sanpellegrino potranno lasciarsi emozionare dalla Meraviglia Italiana e, da inizio 2016, interagire con alcune opere inedite dei tre artisti esprimendo la propria interpretazione creativa di Mediterraneo.

Qui di seguito il video con l'intervista a Giovanni Gastel.

[embed width="560"]https://youtu.be/YJGIFk-Be0E[/embed]