Campari entra negli archivi di Milano e racconta come l’aperitivo è diventato un rito urbano

28d1f603-3910-4152-b584-2b841ea70bfd

Negli archivi del Comune di Milano è conservato un documento che racconta molto più di quanto sembri. È il contratto d’affitto firmato da Gaspare Campari nel 1871 per il locale in Galleria Vittorio Emanuele II: poche pagine, carta ingiallita, una firma a penna. Eppure, dentro quel gesto amministrativo era già contenuta l’origine di un’abitudine che Milano ha continuato a praticare ogni giorno quasi senza interrogarsi sulla propria storia. *The Red View – Beyond the Surface* è partito da qui: dall’idea che alcuni brand finiscano per sedimentarsi nella struttura stessa di una città, attraverso prodotti, immagini, luoghi e rituali condivisi. Dal 14 al 16 maggio Campari ha trasformato la Cittadella degli Archivi di via Gregorovius in uno spazio aperto al pubblico, tra mostra, podcast live, installazioni e mixology, dando continuità a un format inaugurato nel 2025 con *The Red View – Unveiling Passion* all’interno di Torre Velasca (leggi qui).

Ansperto e la Cittadella degli Archivi

Anche allora il luogo scelto è stato parte del racconto. La torre restaurata da Hines, ancora non ufficialmente aperta alla città, è diventata un osservatorio privilegiato su Milano. Quest’anno la direzione è stata diversa, quasi opposta: non un simbolo verticale e iconico, ma un luogo normalmente invisibile, lontano dalle traiettorie della città spettacolare. La **Cittadella degli Archivi** custodisce oltre 2,5 milioni di pratiche e fascicoli di interesse storico, culturale e amministrativo. È ancora oggi la memoria materiale di Milano. Proprio in questi giorni, con l’inaugurazione del nuovo impianto meccanizzato, il polo ha raggiunto una capacità complessiva di 200 chilometri lineari di documenti, diventando il più grande archivio cittadino d’Europa, secondo solo a quello di Parigi, che però è un archivio nazionale. Protagonista del nuovo impianto è stato Ansperto, robot archivista di

ultima generazione che ha affiancato il già operativo Eustorgio. Il nome è un omaggio al vescovo milanese del IX secolo che chiamò a Milano i monaci irlandesi per ampliare lo *Scriptorium Ambrosianum*. Un luogo dalla vocazione antica che si è dato strumenti modernissimi per custodirla. L'ampliamento ha aperto anche una nuova fase per la Cittadella. Alla funzione originaria di archivio del Comune si è affiancata quella di polo culturale capace di accogliere patrimoni documentali provenienti da fondazioni, enti e istituzioni del territorio. È dentro questa evoluzione che si è inserita la scelta di Campari. Perché *Beyond the Surface*, alla fine, ha significato proprio questo: andare sotto la pelle della città, dentro i documenti, i manifesti, le insegne, le tracce materiali che hanno spiegato come un marchio abbia finito per intrecciarsi con l'identità quotidiana di Milano. Il rischio di trasformare la memoria urbana in semplice storytelling di brand esiste naturalmente. È interessante però che Campari abbia scelto di lavorare sugli archivi e sulle tracce materiali della città, invece che sull'ennesima estetica nostalgica dell'aperitivo milanese.

Quote

Questo progetto è il nostro modo di restituire qualcosa a Milano: non una celebrazione, ma un invito a scoprirla con occhi nuovi.

Alberto Ponchio, Senior Director of Marketing, Campari Group

Geografia e memoria dell'aperitivo

La mostra **"Milano. Campari. Geografia e memoria dell'aperitivo"**, ha evitato volutamente la struttura cronologica. Piuttosto che raccontare una successione di campagne o prodotti, ha costruito una mappa visiva della presenza di Campari nella città: insegne luminose, manifesti, grafiche pubblicitarie, fotografie e materiali d'archivio che hanno mostrato come il brand abbia attraversato gli spazi urbani e contribuito a definirne l'immaginario. Nel percorso sono comparsi lavori firmati da Adolfo Hohenstein, Leonetto Cappiello, Marcello Dudovich, Fortunato Depero e Bruno Munari: frammenti di una cultura visiva che accompagnò l'evoluzione di Milano nel Novecento. Dietro quella continuità estetica e narrativa c'è stata soprattutto la visione di Davide Campari, la figura che più di ogni altra trasformò il brand in un elemento stabile dell'immaginario urbano milanese. Nato nel 1867, Davide fu il primo cittadino registrato ufficialmente in Galleria Vittorio Emanuele II. Un dettaglio apparentemente folkloristico che raccontava molto della Milano di allora: la Galleria era il nuovo centro simbolico della città borghese, il luogo dove commercio, socialità e rappresentazione pubblica si intrecciavano. Davide crebbe dentro quell'immaginario e fu lui a trasformare Campari da prodotto a linguaggio urbano. Quando nel 1915 aprì il Camparino, introdusse un modo diverso di stare al bar:

veloce, informale, consumato in piedi al banco. Un modello modernissimo per l'epoca, pensato per una città che stava cambiando ritmo. Il rito dell'aperitivo milanese prese forma lì, in pochi metri quadrati sotto le volte della Galleria. Fu però la comunicazione a segnare il salto decisivo. Davide comprese molto presto che il manifesto pubblicitario potesse diventare identità culturale. Attorno al marchio gravitarono illustratori e artisti del primo Novecento. Il primo nome importante nella storia artistica di Campari fu Hohenstein, considerato il padre del manifesto italiano, che all'inizio del Novecento disegnò le prime réclame del Bitter con le sue figure eleganti e languide di stile Liberty. Gli fecero eco Cappiello, a cui si deve l'iconico Spiritello avvolto in una buccia d'arancia, e Dudovich. Nel 1932 Depero firmò la bottiglietta del Campari Soda: vetro smerigliato, forma conica, nessuna etichetta cartacea. Un oggetto pensato per essere riconoscibile ancora prima del logo. A quasi un secolo di distanza, quella forma è rimasta praticamente identica. Poi, nel 1964, con l'inaugurazione della linea rossa della metropolitana, Campari commissionò a Munari un manifesto pensato per essere visto in movimento, tra carrozze e banchine. Una copia originale fa oggi parte della collezione permanente del MoMA di New York, ma continua soprattutto a raccontare la Milano che stava entrando nella modernità europea

I podcast, il murales e i bartender

Durante i tre giorni dell'evento gli spazi della Cittadella hanno ospitato anche i live podcast di Chora Media e Will Media. Sul palco si sono alternati Alessandro Cattelan e Matilde Gioli con una puntata live di Supernova, mentre Piero Colaprico e Ilaria Ferraresi hanno raccontato la trasformazione della Milano criminale attraverso Gangster. In chiusura, il podcast Città di Will ha riunito Pierluca Mariti, Antonio Giorgino e Paolo Bovio per un confronto sulle diverse idee di Milano contemporanea. I podcast hanno contribuito a spostare ulteriormente il baricentro dell'evento dal prodotto al racconto urbano, intrecciando cronaca, intrattenimento e identità cittadina. A rimanere oltre la durata dell'evento è il **murales site-specific di Gio Pastori**, concepito per dialogare con l'architettura della Cittadella e con l'identità visiva di Campari. Un intervento che ha messo in relazione archivio e contemporaneità, permanenza e trasformazione. A rendere ancora più esplicita questa idea di archivio partecipato c'era anche un gesto semplice, quasi minimale. Durante le serate gli ospiti venivano invitati a compilare una scheda personale destinata a entrare negli archivi della Cittadella attraverso Ansperto. Le domande erano due: "Cosa ti ha fatto andare oltre la prima impressione di Milano?" e "Quale luogo di Milano associ a Campari e perché?". Accanto a una mappa della città divisa per quartieri, ciascuno lasciava una traccia personale: un ricordo, una strada, un cocktail, un incontro. Alla prima domanda avrei probabilmente risposto la chiesa di Santa Maria presso San Satiro. Non per ragioni legate all'aperitivo,

ma perché quel piccolo spazio nascosto tra le vie del centro racconta bene la natura di Milano: una città che spesso si lascia capire solo a chi accetta di rallentare e guardare oltre la superficie. Anche il celebre finto coro prospettico di Bramante funziona così: crea profondità dove lo spazio in realtà non esiste. Alla seconda avrei probabilmente risposto il Bar di Passo al Camparino, perché continua a essere uno dei luoghi in cui Milano si riconosce nei propri rituali.

Dopo documenti, manifesti, podcast e installazioni, anche la miscelazione è entrata nel racconto come un ulteriore livello di lettura della città e del brand. Nel corso delle tre serate si sono alternati **trenta bartender provenienti da tutta Italia**, chiamati a costruire una personale interpretazione dell'universo Campari. Tra gli spazi attivati durante l'evento c'era anche un privé del Camparino, presenza che riportava idealmente il racconto dall'archivio alla sua origine più concreta: il luogo in cui il rito dell'aperitivo milanese ha preso forma più di un secolo fa. Nella serata inaugurale del 14 maggio sono saliti al bancone Simone Onorati del Ceralacca di Roma, Diego Cesarato de La Gineria di Santa Maria di Sala, Fabrizio Bellavista del Moebius di Milano, Luca Spano del Moby D di Napoli, Alfred Betun di Terrazza 12 a Milano, Dario Patierno del Tide di Napoli, Adrian Bibart del Dialogue di Brescia e Alberto Muriat del Barrio Botanico di Napoli. È emersa una geografia della mixology italiana molto distante dall'idea stereotipata del cocktail bar milanese. Non un esercizio di replica del Negroni, ma interpretazioni personali costruite attorno a un immaginario comune. Più che limitarsi a celebrare un brand, *The Red View* ha provato a mostrare come alcuni marchi, attraversando davvero il tempo e gli spazi di una città, finiscano per diventare parte del suo immaginario culturale. Gli archivi, in questo caso, non sono serviti a celebrare il passato, ma a mostrare come certe abitudini continuino a definire il modo in cui Milano guarda sé stessa.