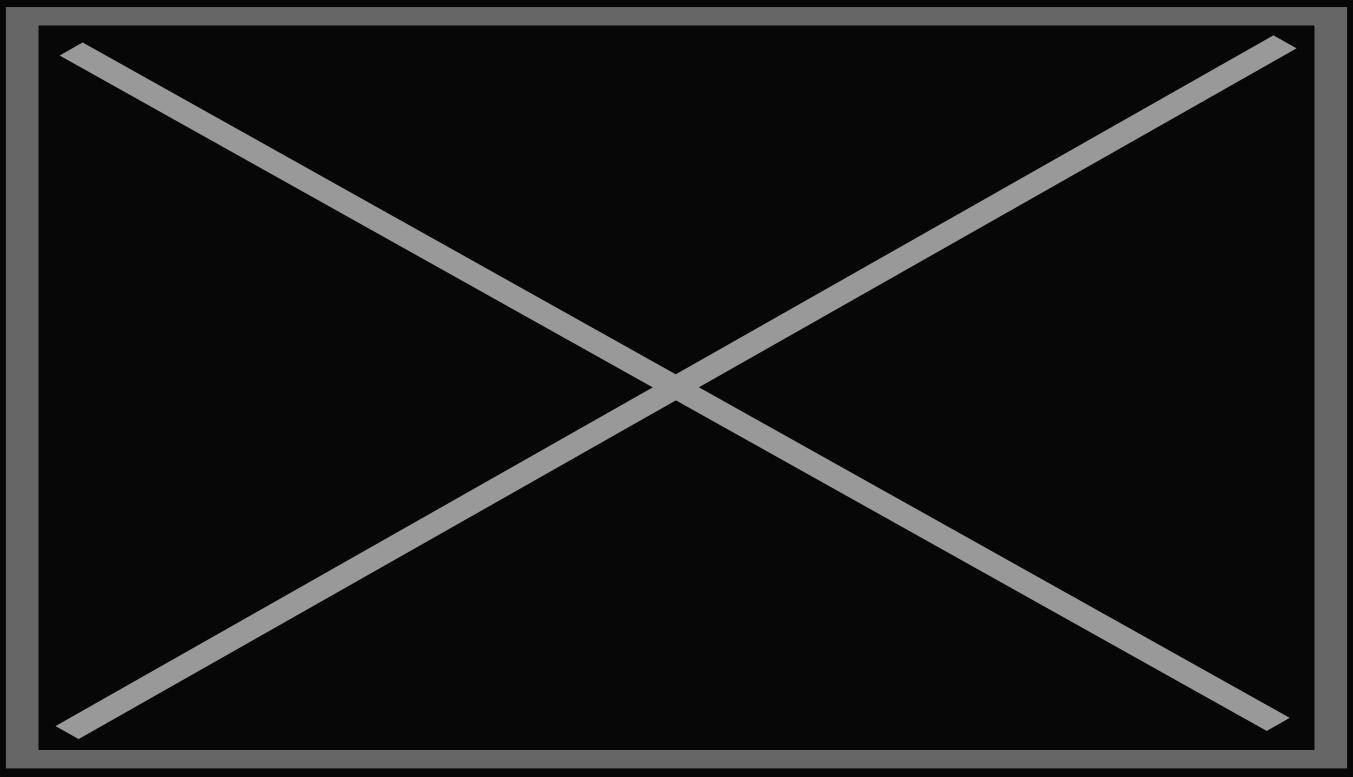
Elisir Borsci torna in tv: canta Luca Sardella, presenta Gerry Scotti

frame-gelato-b56b72fb

Nel blu profondo di una notte d’estate, una musica dalle note ispirate a terre lontane con sciamani, amuleti, erbe profumate narra di un elisir che cela il segreto di mille sapori. È l’esperienza onirica e perturbante raccontata dal long video di **Elisir Borsci San Marzano** (un format di comunicazione televisiva lunga 60 secondi), per il grande ritorno sul piccolo schermo del liquore conosciuto da tempi memorabili che vuole occupare il posto, da sempre suo, di prodotto versatile, ottimo nelle preparazioni e come ingrediente. Versato sul gelato, accompagnato al caffè, usato per i dolci o servito in purezza, Elisir Borsci San Marzano rapisce i sensi. E così i palazzi, cornice della terrazza estiva in cui si incontrano un gruppo di amici, si accendono e si animano di ombre vibranti e visioni sensuali e seducenti come il gusto unico del liquore, brand di **Gruppo Caffo 1915**.

Gli ingredienti per il successo ci sono tutti: un prodotto storico che torna alla ribalta in occasione del suo centottantesimo anniversario che, di fatto, lo rende il liquore del sud più antico ancora in commercio; un commercial che da una svolta al posizionamento del prodotto che afferma le sue molteplicità d’uso; la produzione affidata a RTI, si è occupata della realizzazione, montaggio e post produzione.



L’idea creativa nasce dall’esigenza di ricondurre in chiave moderna la notorietà di Elisir Borsci San Marzano, mantenendo storicità e tradizione e uso di consumo contemporaneo, pienamente attuale. “Per la realizzazione – spiega **Paolo Ferrigno**, art director dell’agenzia – ci siamo serviti della tecnologia Chrome Key e del video mapping, ricostruendo al computer tutta l’ambientazione”. Le riprese sono state fatte al Teatro di Cinecittà e hanno coinvolto sul set circa cinquanta figure tra tecnici, maestranze e attori quest’ultimi, accuratamente selezionati dallo staff dell’agenzia. In particolare, Lorena Mele ha seguito minuziosamente la scelta degli elementi di scena, ogni fase del casting, l’outfit dei personaggi che interpretano le parole della canzone colonna sonora del video, scritta e cantata da **Luca e Daniela Sardella**.

Un sodalizio, quello tra i Sardella e Gruppo Caffo 1915, che funziona e che si rinnova con la realizzazione di questa colonna sonora originale che parla del prodotto con le caratteristiche di un pezzo musicale e non di un jingle, come succede nella totalità degli spot.

“La mia composizione si ispira a suggestioni suggerite dal liquore, pensando di creare una canzone e non un semplice motivetto pubblicitario. Il risultato è una melodia con una sua precisa identità che anche fuori dal contesto advertising funziona”, racconta Luca Sardella che continua: “Sono molto soddisfatto del risultato e mi auguro che come ‘Spettacolare Ghiacciato’, la colonna sonora di Vecchio Amaro del Capo diventata un vero tormentone, anche questo brano raggiunga il successo per cui è stata scritta”.

La realizzazione del long video ha visto la collaborazione di **Publitalia ’80**, la concessionaria del Gruppo Mediaset che ha messo a disposizione i mezzi per la migliore resa del prodotto video e un team di professionisti di alto rango, uno tra tutti, **Fabio Breccia** che per questo messaggio promozionale ha curato la regia. Il commercial debutta su Italia 1 e prosegue con una pianificazione importante sui mezzi Mediaset (tv, radio, web e periodici) che andrà avanti per diverse settimane. A introdurlo, per un periodo di una settimana, all’interno della sua trasmissione dai grandissimi ascolti, **Gerry Scotti**, il personaggio della tv italiana più amato e con un pubblico eterogeneo e trasversale.

“Ci aspettiamo la buona riuscita dell’intera operazione – commenta **Nuccio Caffo**, amministratore delegato di Gruppo Caffo 1915 – voluta per dare una spinta alla notorietà di Elisir Borsci San Marzano proprio nell’anno del suo anniversario. Con questi 60 secondi vogliamo raccontare la versatilità del liquore che si presta ad essere ingrediente e anche protagonista di tante preparazioni dal gelato al caffè, ai dolci, ma anche le suggestioni che il suo consumo regala”.

“Da quando fa parte del nostro gruppo, siamo riusciti a riposizionare il brand Borsci in tutti i canali ed ora vogliamo consolidare la sua posizione sul mercato sia per il tradizionale consumo liscio che per affogare il gelato e altre specialità dolciarie, esaltando un connubio speciale riconosciuto da 180 anni”, conclude Caffo.