

Ricetta Campari rubata da Diabolik, la provocazione sui social



A 60 anni dalla prima rapina, Diabolik è tornato in azione rubando la ricetta del Campari, ideata nel 1860 dal genio creativo di Gaspare Campari. Ma non finisce qui, Diabolik lancia la sua provocazione attraverso i canali social del brand, con un clamoroso video-annuncio dedicato al poliziotto, suo acerrimo nemico: “Sarebbe un peccato dover immaginare un mondo senza Passione, non crede Ispettore?”.

Il gioco guardie e ladri continua, con una richiesta di riscatto degna dell’abilissimo ladro. La posta in gioco è alta: quella del [Campari](#), infatti, è una ricetta che ha radici lontane ed è rimasta segreta fino ad oggi, dando vita ad un prodotto unico, da sempre sinonimo di Passione e Creatività.

Per riaverla e poter continuare a godere dell'iconico bitter e di ogni aperitivo che si rispetti, Campari **avrà bisogno dell'aiuto di tutti i suoi sostenitori**: tutti invitati al cinema, quindi, per assistere alla proiezione del **nuovo film dei Manetti Bros.**, attraverso una coinvolgente campagna pubblicitaria diffusa in vista dell'uscita della pellicola. "Diabolik – Ginko all'attacco!" uscirà infatti nelle sale domani **giovedì 17 novembre**, con un cast d'eccezione che vedrà protagonisti, rispettivamente nel ruolo di Diabolik e di Eva Kant, Giacomo Gianniotti e Miriam Leone, ma anche Valerio Mastandrea, nel ruolo di Ginko, e Monica Bellucci, in quello di Altea.

La **relazione tra Campari e il mondo del cinema** è da sempre veicolo per la comunicazione e il racconto dell'essenza del marchio che ha sancito la nascita del mito dell'aperitivo italiano in tutto il mondo.

Un legame ormai consolidato, che si è concretizzato nella partecipazione, per il quinto anno consecutivo come [Main Sponsor, alla 79. Edizione della Mostra Cinematografica di Venezia](#), e di numerosi progetti dedicati al mondo del Cinema, come l'iniziativa Campari #PerIlCinema, a **sostegno dell'industria cinematografica** nel periodo pandemico e di chiusura delle sale.