

L'edizione 2016 della Negroni Week

oe0-j5-imbibe-negroniweek-newyork-001-54c41275

Campari, l'iconico aperitivo dall'inconfondibile rosso acceso, presenta l'edizione 2016 della Negroni Week confermando, per il terzo anno consecutivo, la collaborazione con Imbibe Magazine. Iniziativa benefica della durata di una settimana, la Negroni Week vedrà protagonisti bar e ristoranti di tutto il mondo che, in onore dell'iconico cocktail, doneranno a un'organizzazione benefica a loro scelta una parte degli incassi della settimana legati alle vendite del Negroni. L'obiettivo dell'edizione 2016 è quello di ampliare ulteriormente il successo globale di una iniziativa che, lo scorso anno, ha visto la partecipazione di più di 3.500 bar e ristoranti in 44 Paesi.

L'edizione 2016 della Negroni Week si terrà dal 6 al 12 giugno e, ancora una volta, bar, locali e ristoranti presenti in tutto il mondo saranno invitati a contribuire alla causa facendo leva sulla sempre maggiore richiesta del classico Negroni, l'iconico mix di Campari, gin e vermouth rosso ideato a Firenze nel 1919 dal Conte Camillo Negroni.

ui Lanciata per la prima volta nel 2013 negli Stati Uniti attraverso il coinvolgimento di 100 bar, nel 2015 la Negroni Week ha raggiunto oltre 3.500 adesioni in ogni parte del mondo - Stati Uniti, Italia, Brasile, Australia, India e Cina – triplicando le donazioni raccolte a favore delle organizzazioni benefiche. Gran parte del successo del 2015 può inoltre essere attribuito a un significativo aumento dell'attività e del coinvolgimento sui social media di bartender e consumatori in tutto il mondo. Solo su Twitter, per esempio, sono state raggiunte oltre 159.000.000 impression. Dopo il successo dello scorso anno, il sito web ufficiale è stato riprogettato e include una nuova funzionalità multilingue e sezioni aggiornate relative a notizie, eventi, organizzazioni benefiche e ricette di cocktail.

Al fine di incentivare clienti e consumatori a partecipare, Campari investirà ancora una volta in una campagna pubblicitaria a 360° intitolata "There's no cheers without a cause" ("Non c'è brindisi senza una giusta causa"), che includerà attività PR e digital PR, materiali POS, display e piani editoriali sui social media per garantire la massima visibilità.

Bob Kunze-Concewitz, CEO di Gruppo Campari, commenta: *«Siamo entusiasti di collaborare ancora con Imbibe per continuare a sostenere la Negroni Week nel mondo. Crediamo fortemente che la domanda sempre crescente di cocktail bitter e l'apprezzamento generale sempre maggiore per i cocktail classici, come il Negroni, continueranno ad attrarre ed entusiasmare nuovi consumatori, nonché sosterranno l'obiettivo della Negroni Week di raccogliere fondi per cause benefiche meritevoli».*

Karen Foley, editore di Imbibe, aggiunge: *«Siamo entusiasti di collaborare ancora una volta con Campari per l'edizione 2016 della Negroni Week. Siamo immensamente fieri dei risultati che noi tutti abbiamo raggiunto insieme grazie alla Negroni Week. Vedere bar di tutto il mondo raccogliere fondi per cause importanti è una fonte d'ispirazione incredibilmente stimolante e siamo impazienti di fare ancora meglio nel 2016».*

I bar e i ristoranti desiderano partecipare possono reperire ulteriori informazioni e aderire visitando il sito www.negroniweek.com dal 30 marzo fino alla fine di maggio 2016, nonché seguendo l'hashtag #NegroniWeek sui social media. I bar partecipanti potranno inoltre scaricare il materiale di supporto che li aiuterà a organizzare la propria Negroni Week.