



¿Qué es Campari?

CAMPARI





Algunas Definiciones

Aperitivo: Cuando hablamos de aperitivo hablamos de bebidas espirituosas que contienen ciertos principios amargos a los cuales se les atribuye la propiedad de ser estimulantes del apetito.

Bitter: Son elaborados en base a Alcohol y hierbas. Su composición difiere de la de los aperitivos clásicos ya que su sabor es definitivamente amargo. Entre los más destacados se encuentran el Campari, Fernet, Cynar, Dubonnet y Pinal

Vermouth: Es también un tipo de aperitivo basado en hierbas, típicamente europeo, con un aroma y sabor característico. El vermú rojo o rosso(italiano) es dulce; en tanto que el blanco (francés) es seco.

CAMPARI





¿Cómo se toma?

Como aperitivo

Campari con soda



CAMPARI

Como cocktail



Americano

Negroni





Una marca con dos caras

¿Aperitivo

o

Trago?

CAMPARI





Tomar
“aperitivos” es
de viejos...

CAMPARI





¿Seguro?

CAMPARI





Dos formas de vivir una marca tradicional

Según los valores modernos



Vespa



VW



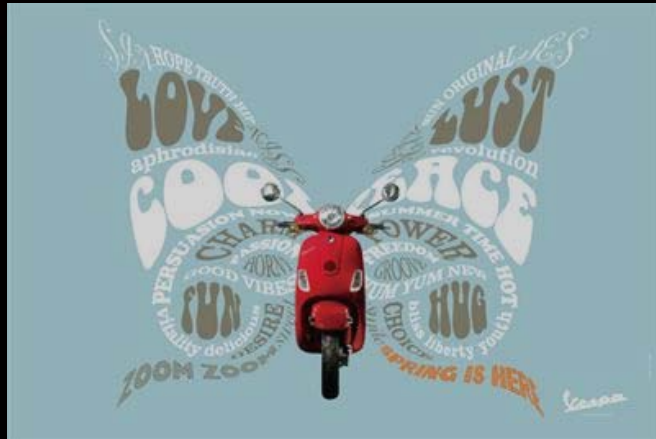
Adidas





Dos formas de vivir una marca tradicional

Según los valores “retro”



Vespa

VW



Adidas



Tendencia a recuperar las estéticas retro: moda, diseño, música...





Dentro de este rescate de lo retro

¿Cómo se viven los aperitivos hoy?

DODEGÁLOGO DE LOS GAMINOS DEL VERMÚ*

*Avalado por la C.M.V. (Confederación Mundial del Vermú)

- 1) El vermú ha sido creado para ser disfrutado, no para ser comprendido
- 2) Un vermú mal preparado estropea el más bello pensamiento
- 3) El vermú da lo que la sabiduría promete
- 4) El vermú anuncia la llegada de un hombre y hace más larga su retirada
- 5) El camino del vermú va hacia el palacio de la sabiduría
- 6) El necio no ve el mismo vermú que el sabio
- 7) Ningún vermucero vuela demasiado alto, si lo hace con sus propias alas
- 8) El pájaro tiene al nido, la araña a la red, el hombre al vermú
- 9) Preparar un buen vermú es una labor de eternidades
- 10) A menudo encontramos nuestro destino por los caminos del vermú que tomamos para evitarlo.
- 11) El éxito consiste en obtener lo que se desea. El vermú en disfrutar lo que se obtiene
- 12) Comienza a manifestarse la madurez cuando sentimos que nuestra preocupación es mayor por el vermú que por nosotros mismo



CAMPARI

Durante el 2009, en el programa “Más vale nunca que tarde” de Canal 10 se emitió un ciclo dedicado a recorrer los “Camino del Vermú”.

<http://www.loscaminosdelvermu.com.ar/>





Pero...

¡Cuidado!

El aperitivo o la estética retro

¿es acorde a la imagen de la marca?

CAMPARI





A ver...

CAMPARI





¿Cómo comunica? Inicios



Desde sus inicios Campari ha estado cerca del arte.

CAMPARI







¿Cómo comunica?



Cómo explicarte a qué sabe un Campari.



It's fantasy



CAMPARI
Es Otra Cosa

Deliciosamente amargo. Apasionadamente rojo. Con zumo de naranja es una cosa. Con soda es otra. Con tónica, otra. Y con hielo, bien agitado es simplemente, en the rock, es imposible de explicar. Mejor pruébalo tú mismo y descúbrelo. Y si quieres explicárselo a tus amigos, diles simplemente que Campari es otra cosa.

CAMPARI





¿Cómo comunica? Últimos Años



CAMPARI

© Candidman



¿Cómo comunica? 150 Aniversario



Estilo Europeo, predomina el glamour (No se viene haciendo publicidad local).



Protagonismo de modelos y actrices Famosas.

Galerías de arte y artistas reconocidos.





Che,

¿No es igual
a Martini?

En Argentina, el posicionamiento de Campari en el público joven no está bien definido.

CAMPARI





¿Cómo comunica? La competencia

Martini

A nivel global, Martini es el líder indiscutido del mercado.



CAMPARI

- A diferencia de Campari, el protagonismo lo suele tener la figura masculina.
- Imagen influenciada por el personaje de James Bond.



¿Cómo comunica? La competencia

Cinzano

El principal competidor de Campari en la Argentina es Cinzano, que se fabrica localmente desde 1925.



CAMPARI

- Es quizá la marca con la imagen más tradicional.
- El "Dandy" (más europeo) vs los amigos (más Argentino)





¿Cómo comunica? La competencia

Gancia



- Da mucha importancia a lo estético, con un tono fundamentalmente moderno y cool.
- Muy apegado a la tecnología e innovación. Participa en el festivales de tendencias digitales.
- Organiza atardeceres de música electrónica y tragos exclusivos.

CAMPARI





**Las otras marcas del segmento
tienen un posicionamiento fuerte.**

**Lo retro parece que no pega con la
marca, lo moderno se confunde
con Martini...**

CAMPARI





Y entonces,
¿¡Qué hacemos!?

CAMPARI





Resignificar la marca.

Entender al target.

Rescatar lo positivo de la marca.

Renovar lo desactualizado.

Acercarla al público.

Llenar la de valores.

Crear lazos afectivos.

CAMPARI





Un manifiesto puede ayudar.

Conseguir ejemplos.

CAMPARI





Pero primero:

La Estrategia

CAMPARI

