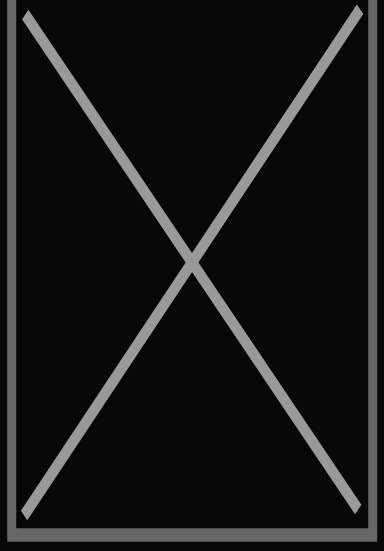
Martini celebra l’estate con il lancio del nuovo spot

opr-influencer-3-7-12c061bf

Martini, la marca di aperitivi leader nel mondo e la più venduta nel campo dei vini spumanti, celebra l’estate con il lancio del suo nuovo spot pubblicitario.

La versione da 60" dallo stile cinematografico, intitolato "Play with Time", è stato girato nell’iconica cornice di Roma e rappresenta la “gioia di vivere”. Accompagnata dalle note di “Via con me”, una delle hit di Paolo Conte più conosciute, l’eroina del film, Verde, conduce a passo di danza lo spettatore attraverso le vie caotiche della città. Seguendo la coreografia di Rayan Heffington, nominato ai Grammy Award, Verde (interpretata dalla modella americana Madisyn Ritland) percorre danzando vie pittoresche per raggiungere i propri amici con cui prendere un aperitivo. Numerosi personaggi affollano le strade, sia a piedi che in sella ad una rombante Vespa, prima di riunirsi tutti in una caratteristica piazza. Dopo una gioiosa danza attorno alla piazza, il party inizia ad animarsi quando viene servito il cocktail Martini & Tonic e a prepararlo è Simone Caporale, uno dei migliori bartender al mondo.



Le scene contengono anche camei degli influencer russi Ravshana Kurkova e Sasha Petrov, noti in tv e al cinema, dell'ex-pilota di F1 Susie Wolff e della fashion blogger francese Camille Charrière, anima di un gruppo di amici eleganti e modaioli.

Il film è stato diretto dalla regista e fotografa hollywoodiana Autumn De Wilde, famosa per la sua capacità di abbattere i confini tra arte e pubblicità, che le ha ottenuto un ritratto su Vogue e un riconoscimento ai London International Awards e al Festival della Moda di Berlino.

Il direttore della fotografia, Luca Bigazzi, è celebrato per la sua collaborazione con Paolo Sorrentino sia nel pluripremiato "La Grande Bellezza" che nella serie italo-inglese "The Young Pope".

La coreografia è stata create da Ryan Heffington, che ha firmato il video "Chandelier" di Sia che è stato visto più di 1,6 miliardi di volte.

Caroline Hipperson, Global Brand Director di Martini, ha così commentato: *"La nuova campagna di comunicazione di Martini è incentrata sulla "gioia di vivere" alla "maniera italiana", - stare con gli amici al tramonto, dopo una giornata di studio o lavoro, e vivere il momento in modo spensierato insieme a Martini & Tonic, che sta diventando velocemente il drink cult dell'estate".*

Nick Stringer, Director of Creative Excellence, Bacardi Brands, ha aggiunto: *"AMV BBDO e Autumn De Wilde hanno creato un film bellissimo. C'è stato veramente uno spirito di collaborazione lungo tutte le fasi della realizzazione della campagna. Autumn ha decisamente contribuito con il suo team di prim'ordine a coniugare insieme musicalità, taglio cinematografico e coreografia per esprimere alla perfezione la gioia e lo stile che contraddistinguono un grande brand italiano come Martini".*

La versione dello spot da 15" è andata in onda sulle reti Mediaset (Canale5, Italia1, Rete4 e La5) e sui canali Sky dal 18 fino al 25 giugno. Il formato da 30" e 60" andrà online sui canali digitali (Facebook e

Instagram) dal pomeriggio del 21 giugno, mentre quella da 90” verrà diffusa attraverso i canali personali degli influencer.

www.martini.com