Vecchio Amaro Del Capo, on air la campagna crossmediale in Germania

20230919121732campaignde-e0f4fc46

“Il progetto di espanderci all’estero non è nuovo. ***La nostra sede in Germania è stata la seconda ad aprire dopo la filiale negli Stati Uniti inaugurata nel 1999****, per cui la fase di distribuzione è iniziata da diversi anni e infatti, il mercato teutonico ci conosce in Horeca e in Gdo. Siamo partiti intercettando i turisti tedeschi in Italia con una comunicazione dedicata e mirata alle località italiane da loro più visitate come il Lago di Garda e adesso tocca a una* ***massiccia campagna in Germania***”. Sono le parole di **Nuccio Caffo**, AD del Gruppo Caffo, nel descrivere la conquista del mercato tedesco del gruppo calabrese.

“La Germania è il più importante mercato al mondo per il consumo degli amari, tre volte più grande del mercato italiano" prosegue **Domenico Tripaldi**, amministratore della filiale tedesca Caffo Deutschland. *"I tedeschi sono veri estimatori di questo genere di liquori. Il nostro obiettivo adesso è* ***farci conoscere su larga scala e appassionare il grande pubblico****. Per farlo,* ***puntiamo sul made in Italy*** *o meglio sul made in Calabria, sull’alta qualità degli ingredienti tutti naturali, sul vantaggio di essere produttori e allo stesso tempo distributori e anche sulla storicità dell’azienda guidata da quattro generazioni dalla famiglia Caffo, anche questo, un valore che i tedeschi amano sentire raccontare”.*

La nuova **campagna crossmediale** è studiata per essere **di grande impatto**. Ad essere coinvolte saranno i maggiori media a cominciare dalla tv. Le **principali televisioni tedesche** tra cui Dmax, Sat1 e Pro Sieben trasmetteranno l’iconico spot di Vecchio Amaro del Capo realizzato dall’agenzia di comunicazione di Milano PubliOne con immagini delle bellezze calabresi accompagnate dalla canzone dal forte italian sound composta e interpretata da N.A.I.P che saprà di certo conquistare il pubblico tedesco. Le **principali piattaforme digital** e una campagna ‘Out of home’ che prevede **600 punti strategici nelle città di Monaco di Baviera, Düsseldorf, Stoccarda e Colonia e Wolfsburg** completano la pianificazione media. Si tratta di un solido piano di marketing che rappresenta un fondamentale passo avanti per l'espansione internazionale di Gruppo Caffo 1915.

“Il piano mezzi per la Germania è stato strutturato per generare brand awareness sul target di riferimento" spiega **Fabrizio Gulì**, Global Chief Marketing Officer di Gruppo Caffo 1915. *"La campagna posiziona **Vecchio Amaro del Capo come un’icona italiana** e fa leva sull’elemento di forza che lo ha reso leader nel nostro Paese, ovvero il “perfect serve” a -20°C. Il visual dai toni caldi crea un interessante contrasto semantico tra l’idea di ghiacciato e il calore dell’accoglienza tipica del Bel Paese. Ci sono tutti gli elementi per i quali i tedeschi ci amano e che possono ritrovare gustando Vecchio Amaro del Capo”.*

“Il nostro obiettivo è chiaro: espansione e diffusione dei nostri prodotti e di conseguenza dell’eccellenza italiana a livello internazionale” conclude Nuccio Caffo.