

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 Guli**, 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.