Martini e Jonathan Bailey insieme nella campagna per l'estate 'Off Script'

20250626104007keyvisual1-martinioffscriptwithjonathanbailey-b32099d5

Il nuovo 'Martini Man' dell'estate 2025 è il celebre attore **Jonathan Bailey**. Proseguendo la tradizione del brand fatta di partnership cinematografiche con star internazionali, lo **spot 'Off Script'** – espressione della nuova piattaforma valoriale 'Dare to Be' – è stato girato nel Sud Italia durante la fuga annuale di Bailey. La collaborazione lo ritrae mentre, con leggerezza, si libera dei suoi ruoli più costruiti, sceglie percorsi alternativi e abbraccia la spontaneità insieme al suo nuovo co-protagonista: Martini Spritz. Forti di una tradizione di 163 anni e del crescente successo del mercato degli aperitivi, la collaborazione con Jonathan Bailey vuole coinvolgere la nuova generazione di consumatori premium, puntando sull'interesse crescente dei consumatori verso proposte leggere e a basso contenuto alcolico.

«*La nostra collaborazione con Jonathan Bailey come Martini Man di questa estate segna una nuova era per il brand* - ha dichiarato **Emma Fox, vicepresidente globale di Martini** - *Jonathan incarna il fascino senza sforzo e la spontaneità elegante dello stile di vita dell'aperitivo di oggi, accanto al vero protagonista della stagione: Martini Spritz. In un momento in cui l'aperitivo è più popolare che mai, la nostra collezione Martini Spritz offre opzioni genuine e moderne per rendere unica questa esperienza vivace. Con 'Dare to Be' stiamo plasmando il futuro di Martini: un equilibrio perfetto tra gioco e raffinatezza, che rinnova la nostra autentica eredità italiana per una nuova generazione di consumator* i».

Al centro della campagna Off Script, pensata in chiave social-first, c'è un **nuovo short film d'autore — diretto da Bugsy Riverbank-Steel e accompagnato dagli scatti fotografici di Jason Hetherington — in cui Jonathan Bailey scambia il copione per uno spritz**, in una reinterpretazione contemporanea dell'eredità cinematografica del brand. Con un mix di ironia consapevole e il celebre fascino italiano, la campagna mira a coinvolgere i consumatori più curiosi e attenti alle tendenze di questa estate.

La campagna supporta anche il lancio di Terrazza Martini, una nuova piattaforma esperienziale creata per portare lo stile di vita autentico dell’aperitivo italiano nelle principali città europee attraverso eventi, collaborazioni creative e takeover ad alto impatto nel mondo dell’hospitality. **Le attivazioni avranno luogo su rooftop, in bar e piazze in oltre 30 città, tra cui Madrid, Barcellona, Berlino, Milano, Noto, Forte dei Marmi e Anversa**.