

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD,  
BABY!

## PRESS KIT CALENDARIO CAMPARI 2012

### Indice

01_ Comunicato Stampa.....	page 1
02_ Diario dal set.....	page 6
03_ What is it about 2012?.....	page 31
04_ Biografia Milla Jovovich.....	page 33
05_ Biografia Dimitri Daniloff.....	page 37
06_ Biografia Bob Kunze-Concewitz .....	page 38

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD,  
BABY!

## IT'S THE END OF THE WORLD, BABY!

### IL CALENDARIO CAMPARI 2012 BRINDA ALLA VITA

Milano, 27 Ottobre 2011 – E' stata presentata oggi a Milano la 13<sup>ma</sup> edizione del **Calendario Campari**.

Con il titolo *It's the end of the world, baby! E' la fine del mondo, baby!* il Calendario Campari 2012 "gioca" con la profezia dell'antica civiltà Maya, che prevede per il 21/12/2012 la fine del mondo come lo conosciamo noi e l'inizio di un periodo di grande trasformazione.

Campari reagisce con energia positiva a questo oscuro scenario e senza compromessi, in controtendenza con l'atteggiamento generale. Campari interpreta visivamente le diverse teorie in una serie di immagini coinvolgenti e di grande impatto.

La super model e attrice [Milla Jovovich](#), viene ritratta magistralmente in 12 scatti decisamente fuori dall'ordinario. Ideato per trasportare il pubblico in un sensazionale viaggio visivo, il Calendario interpreta le surreali immagini della fine del mondo.

Attraverso molteplici scenari, ispirati alla cinematografia moderna da un lato e alla mitologia dall'altro, il Calendario Campari mostra avvenimenti davvero sorprendenti: dalla *desertificazione* all'*uragano*, dall'*invasione aliena* alla *caduta dei meteoriti*. Indossando magnifici abiti d'alta moda, Milla Jovovich ipnotizza con la sua determinazione, affascina evocando potere e controllo sull'ignoto e brinda. Brinda alla vita insieme a Campari.

Campari vuole celebrare la vita, l'energia positiva di ogni nuovo inizio e lo fa con creatività e ottimismo, incoraggiando tutti a vivere momenti memorabili di intensa passione e a dividerli in un brindisi.

**Milla Jovovich** commenta così la sua esperienza: *"Questa è stata una sfida molto eccitante per me, sia come modella sia come attrice. Entrambi i ruoli hanno contribuito a dare un tocco teatrale e sofisticato a ciascun avvenimento rappresentato. Il progetto mi ha conquistata da subito, perché si basa su una potente ispirazione e perché rivela un approccio positivo: celebra la vita con un brindisi speciale, con tutte le persone care."*

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD,  
BABY!

E' **Dimitri Daniloff**, uno dei più interessanti esponenti della fotografia internazionale, a realizzare la 13<sup>ma</sup> edizione del calendario Campari. Una scelta quasi naturale per scatti che descrivono una storia totalmente mistica. Il fotografo parigino infatti, cattura ogni scenario surreale trasformandolo in una realtà sorprendente e modellando ciascuno scatto in ogni minimo particolare. Un processo lungo e laborioso, completato da vibranti effetti speciali, che hanno dato vita ad una vera e propria opera d'arte.

Daniloff parla così del suo lavoro: *“Mi entusiasma l’opportunità di lavorare con idee forti come queste. Quando Campari mi ha trasferito l’idea, ovvero la rappresentazione di un mondo surreale, sapevo che sarebbe stato il progetto perfetto per me. Ho voluto dare a ciascun scenario una luce positiva, cercando di ricreare gli avvenimenti in modo molto scenografico. Gli abiti, lo styling e il set sono stati una parte fondamentale. Talvolta un’acconciatura particolarmente elaborata, altre un trucco molto accurato, ma soprattutto Milla, la vera star di questo progetto fotografico, lo hanno reso spettacolare e incredibilmente glamour”.*

La partecipazione di Milla Jovovich segna il ritorno ad una protagonista femminile per il Calendario Campari dopo Benicio del Toro, il primo protagonista maschile della storia dei Calendari Campari. Milla Jovovich ricalca le orme di alcune delle donne più belle del mondo che hanno dato volto alle pagine dei precedenti Calendari. Tra queste Salma Hayek, Eva Mendes e Jessica Alba.

**Bob Kunze-Concewitz**, CEO del Gruppo Campari, ha aggiunto: *“Quest’anno abbiamo voluto osare dal punto di vista creativo, scegliendo di dare un taglio fantasioso alle possibilità future, a quello che si dice sarà un periodo di trasformazioni. E’ la nostra mission offrire agli amanti di Campari un momento intenso e positivo, per celebrare tutto ciò che accade e brindare alla vita. Milla, con il suo stile misterioso e intrigante, si è rivelata una scelta perfetta per interpretare questo concetto. E nessuno meglio di Dimitri poteva dar vita al mistero che ispira le immagini.”*

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD  
BABY!

L'idea creativa di *It's the end of the world, Baby!* è di **Euro RSCG Milano**. Con Dimitri Daniloff hanno lavorato al progetto i direttori creativi Eric Loi e Dario Villa, con la direzione creativa esecutiva di Giovanni Porro. Un'opera creativa imponente e pensata di forte impatto, che spinge il percepito di chi guarda oltre la visione semplice di un'immagine, ispirando la ricerca di una nuova energia vitale. Ogni singola scena, cattura e trasmette la forza positiva di uno scenario che muta. 13 immagini d'autore che brindano alla vita.

La produzione esecutiva è stata affidata alla **SeaSun Production**.

Il Calendario Campari, con una tiratura di sole 9.999 copie sarà distribuito agli amici di Campari di tutto il mondo.

**Per ulteriori informazioni consultare :**

[www.campari.com](http://www.campari.com)

<http://www.facebook.com/campari>

[www.camparigroup.com](http://www.camparigroup.com)

**Note ai redattori**

Per ulteriori informazioni sulla storia del Calendario Campari e le precedenti edizioni, vi preghiamo di consultare:

[http://www.camparigroup.com/en/press\\_media/calendar/calendar.jsp](http://www.camparigroup.com/en/press_media/calendar/calendar.jsp)

**FTP per i media:**

[ftpeu.mycampari.com](http://ftpeu.mycampari.com)

Login: CCalendar2012M

Pwd: M20c12c

**Materiale Calendario Campari per la Stampa:**

- Press kit
- Immagini del Calendario Campari
- Immagini BTS/Dietro le quinte
- video BTS/Dietro le quinte 3 minuti
- Interviste Video
- Immagini Conferenza Stampa (28 Ottobre)
- Immagini Evento (28 Ottobre)
- Immagini Red Carpet (28 Ottobre)

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD  
BABY!

**Per ulteriori informazioni contattare:**

**Campari Italia**

Paola Baravalle – PR Manager Campari Italia  
Tel. +39 02 6225.1

[paola.baravalle@campari.com](mailto:paola.baravalle@campari.com)

**D'Antona & Partners**

Sabrina Viotti - Tel +39 02 85457048

[s.viotti@dandp.it](mailto:s.viotti@dandp.it)

Alice Olivieri - Tel +39 02 85457038

[a.olivieri@dandp.it](mailto:a.olivieri@dandp.it)

**Calendario Campari**

Il Calendario Campari è uno dei più emblematici calendari artistici a livello mondiale. Distribuito in edizione limitata internazionale, solo 9.999 copie, è un piccolo bene di lusso collezionabile per i pochi fortunati che lo riceveranno ed è un tributo al talento di classe mondiale ed ai fotografi che ogni anno lo creano.

**Campari**

Campari è un classico contemporaneo. La ricetta, da sempre immutata, è nata a Novara nel 1860 ed è la base di alcuni dei più famosi cocktails in tutto il mondo. Campari è una bevanda alcolica ottenuta dall'infusione di erbe bitter, piante aromatiche e frutta in alcol e acqua. Con il suo distintivo colore, aroma e sapore, Campari è sempre stato un simbolo di passione – passione che si esprime in termini di seduzione e sensualità. Questi sono i valori che hanno reso Campari un brand famoso in tutto il mondo, un'icona dell'eccellenza e dello stile Italiani.

**Gruppo Campari**

Davide Campari – Milano S.p.A, con i suoi consociati ("Gruppo Campari") è uno dei maggiori gruppi mondiali nel settore delle bevande, presente in oltre 190 nazioni in tutto il mondo, leader nei mercati Italiano e Brasiliano e con una forte presenza negli USA e nel Continente Europeo. Il Gruppo vanta un ricco e vasto portfolio su tre segmenti commerciali: spirit, wine e soft drinks. Nel segmento spirit spiccano brand rinomati a livello internazionale come Campari, Carolans, SKYY Vodka e Wild Turkey. Ha anche marchi leader a livello regionale come Aperol, Cabo Wabo, Camparisoda, Cynar, Frangelico, Glen Grant, Ouzo 12, X-Rated Fusion Liqueur, Zedda Piras e i brand locali Brasiliani Dreher, Old Eight e Drury's. Nel segmento wine spicca il marchio mondiale Cinzano e importanti brand regionali tra cui Liebfraumilch, Mondoro, Odessa, Riccadonna, Sella&Mosca e Teruzzi&Puthod. Il segmento soft drink comprende l'aperitivo analcolico Crodino e Lemonsoda con le rispettive estensioni di gamma che dominano il mercato italiano. Il Gruppo ha oltre 2.200 dipendenti Le azioni dell'azienda capogruppo, Davide Campari-Milano S.p.A. (Reuters CPRI.MI - Bloomberg CPR IM), sono quotate alla Borsa Valori Italiana. [www.camparigroup.com](http://www.camparigroup.com)

**Milla Jovovich: Biografia**

Milla Jovovich si è affermata con successo come una stimatissima modella e attrice a livello internazionale. Jovovich è passata alla carriera di attrice a tempo pieno senza fatica, recitando nel ruolo di protagonista in oltre venti film. A undici anni Jovovich è stata notata dal fotografo Richard Avedon che l'ha ritratta nella campagna Revlon "Most Unforgettable Women" (le Donne Più Indimenticabili). Da allora Milla è apparsa su centinaia di riviste e in decine di copertine. Nel 1994 Milla ha pubblicato un disco folk acclamato dalla critica, *The Divine Comedy*. Ispirata dall'amore per gli "elfi e gli alberi magici", Milla ha scritto i testi quando aveva 15 anni e ha inciso l'album a soli 16 anni. Ora ha appena terminato di girare "I Tre Moschettieri in 3D" dove indossa i panni di "Milady de Winter". Oltre a lei nel cast internazionale del film figurano Christoph Waltz, Matthew Macfadyen, Mads Mikkelsen e Juno Temple. Il film, distribuito da Summit Entertainment, esce nelle sale il 14 Ottobre 2011 .

**Dimitri Daniloff: Biografia**

Nato nel 1970, Dimitri Daniloff ha scoperto l'amore per la fotografia per caso mentre studiava in una facoltà scientifica quando un amico gli regalò una macchina fotografica. "Per me è stata una rivelazione" ricorda con affetto Daniloff che dopo un solo giorno di sperimentazioni con la macchina scoprì la sua grande passione per la fotografia. Immediatamente lasciò gli studi e cominciò a dedicarsi all'arte fotografica. Dopo aver terminato l'apprendistato iniziò a lavorare come assistente di un fotografo con il compito di accompagnarlo in tutto il mondo nei suoi viaggi in Europa e negli Stati Uniti, prima di mettersi in proprio nel 1998.

Dimitri è ossessionato dal vivere nel presente e svuotare anzitempo il futuro; la sua serie "Cubismo" rivela questo approccio futuristico con il quale cerca di superare i limiti dell'immagine, reinventare e allargare i confini. La sua creatività implica distorsioni erudite e manipolazioni che gli hanno permesso di costruirsi una notevole fama nell'ambito del mondo fotografico.

Daniloff ha adattato quest'estetica digitale per promuovere un rinnovamento della fotografia pubblicitaria che secondo lui è in crisi sin dall'inizio del 21<sup>mo</sup> secolo. Lavora continuamente per cercare un altro stratagemma per sorprendere il pubblico.

Questo artista francese ha vinto un Gold Lion a Cannes nel 2003 con una campagna pubblicitaria per Playstation e le sue foto sono state esposte al Museo Les Arts Décoratifs, Le Louvre, Parigi come rappresentante della nuova generazione di fotografi.

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD,  
BABY!

# Dietro le quinte Diario dal set

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD,  
BABY!

***C'era un volta un mondo.  
Potrebbe essere l'inizio di un romanzo di fantascienza.  
Ma non lo è.  
Secondo un'antica profezia Maya,  
Il 21 Dicembre 2012 sarà l'ultimo giorno del mondo.  
La fine del mondo.  
Ci sarà un **uragano**? Un'invasione aliena?  
Un'eruzione vulcanica?  
Nessuno lo sa.  
A che serve preoccuparci?  
L'unica cosa da fare, è continuare ad avere sete.  
Di emozioni, di passione, della vita.  
Per vivere intensamente ogni momento  
ed essere sconfitti dalla bellezza di ogni giorno.  
Per trasformarla in una celebrazione***

Questo è il prologo di una storia fatta di foto spettacolari.

Con il titolo ***It's the end of the world, baby!- E' la fine del mondo, baby!***, il Calendario Campari di quest'anno gioca con il clamore della profezia per cui, secondo l'antica civiltà Maya, il mondo come lo conosciamo noi, terminerà il 21 dicembre 2012 e inizierà un periodo di cambiamenti. Campari risponde a questo oscuro scenario reagendo in modo energico e positivo, senza compromessi, in controtendenza con l'atteggiamento generale. Questo viene rappresentato da una serie di eventi naturali e non, catturati dalla macchina fotografica di Dimitri Daniloff e sconfitti dall'eroina Milla Jovovich, una vera forza della natura, che brinda alla vita.

Questo fervore per la vita era palpabile durante tutta la durata del servizio fotografico per il Calendario 2012 mentre ogni foto diventava realtà. Durante il lunghissimo servizio fotografico, realizzato a Parigi, con la partecipazione di una delle più numerose troupe mai impiegate per il Calendario Campari, così come uno dei più grandi set, la passione e l'impegno di ciascun persona coinvolta era tangibile, dal primo fino all'ultimo scatto.

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF  
THE  
WORLD  
BABY!

Pagina 7 di 18

## GIORNO 1 – Settembre



Milla è reclinata in modo seducente vicino a Campari, imprigionata in un fluente abito di ghiaccio, il risultato della **glaciazione** che cambierà il mondo. Ma, *la minaccia di una nuova era glaciale può raffreddare le passioni dell'uomo?*

**Servizio fotografico:** Per dare inizio al servizio, Dimitri, il fotografo sistema le luci e il suo equipaggiamento pronto a catturare la maestosità e l'eleganza della prima foto, dove troneggia un'incredibile scultura di ghiaccio. Per creare quest'opera d'arte sono serviti dieci grandi blocchi di ghiaccio, del peso di 120 kg ciascuno, scolpiti da uno scultore vincitore di premi internazionali, Steve Armanca. Iniziando di buon'ora, ci sono volute oltre 6 ore per completarla, usando una modella per creare la forma femminile. Nella scultura anche una bottiglia di Campari realizzata dal bravo Walter Saro specializzato in effetti cocktails.

**Campari:** Americano e bottiglia Campari.

### MODA

**Immagine del Calendario Campari:** Scarpe in vernice Walter Steiger

**Dal dietro le quinte:** Abito senza spalline Paul Ka/ Scarpe in vernice Walter Steiger / anello chic e collana couture Swarovski

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF  
THE  
WORLD  
BABY!

## GIORNO 1 - Gennaio



Un'onda setosa e fluente si erge dietro a Milla e avvolgerà tutto quello che trova. *Non tutte le onde giganti vengono dall'oceano.*

**Servizio fotografico:** Il secondo scatto del giorno presenta una possente onda di tessuto in satin blu, che fa parte dell'abito di Milla e che rappresenta la potenza dell'acqua. Mentre viene costruita la scenografia, Milla viene pettinata e truccata nuovamente in modo da riproporre la stessa sensualità del primo scatto. Milla indossa una parrucca con lunghi capelli ondulati esattamente del suo colore e viene esposta a un forte vento, così i lunghi capelli si muovono mentre lei si trova davanti a un'onda" di 10 metri di tessuto per creare un notevole impatto visivo.

**Campari:** Bottiglia di Campari.

**MODA**  
**Immagine del Calendario Campari:** Abito di Yann Weber/ scarpe glitter Walter Steiger/ collana panache e bracciale rigido pony Swarovski.

CAMPARI2012  
IT'S  
THE  
END  
OF  
THE  
WORLD  
BABY!  
Pasina 9 di 18

## Giorno 1 - Dicembre



Milla è al centro dell'**esplosione** creatrice di altri mondi e ulteriori possibilità. *Come il Big Bang, un'esplosione può anche creare la vita, non distruggerla solamente.*

**Servizio fotografico:** Per l'ultimo scatto del giorno, Milla ha indossato un abito di Swarovski pesante ben 7kg. I cristalli dovevano solamente creare uno scintillio nella foto in modo che il vestito non si vedesse nell'immagine finale. Dimitri poi lo ha utilizzato per creare l'esplosivo scatto finale sovrapponendo le immagini. Milla, come un'esplosione, ha conferito un'autentica energia alle sue pose, con un'acconciatura supervoluminosa e un trucco acceso, muovendosi al ritmo di una musica enigmatica.

### MODA

**Immagini dal dietro le quinte:** Vestito Swarovski.

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF  
THE  
WORLD  
BABY!

Pagina 10 di 18

## GIORNO 2 - Luglio



Un'esplosione di rosso, un'eruzione, proviene da Milla, che si trasforma in un ardente **vulcano**. *C'è un vulcano in tutti noi. Lasciamolo eruttare.*

**Servizio fotografico:** Hervé Sauvage e i bravissimi costruttori delle scenografie hanno collaborato con lo stilista Yann Weber alla creazione del meraviglioso set con il vulcano sul quale si trova Milla come se ne facesse parte. Rispecchiando la red passion di Campari, Milla indossa un opulento abito rosso scintillante che rappresenta il calore e l'intensità del vulcano. Riproponendo lo stesso tema nell'acconciatura e nel make up, Milla è stata truccata con un ombretto nero smoky e labbra rosso acceso, che creano un look veramente intenso. Come in tutte le foto del Calendario Campari 2012, ogni minimo dettaglio contribuisce all'immagine totale rifinita poi in fase di montaggio post produzione. Questa vivace immagine esplosiva è stata migliorata con pennacchi di fumo che simulano l'eruzione vulcanica.

**Campari:** Campari Orange Passion.

### MODA

**Immagine del Calendario Campari:** Abito di Yann Weber/ anello viola rosso e orecchini Swarovski..

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF  
THE  
WORLD  
BABY!

Pagina 11 di 18

## Giorno 2 - Agosto



Il mondo è colpito dal potere di Milla mentre tocca il cielo con Campari e la pervade una **scossa elettrica**. *Un fulmine improvviso nella notte è il più scioccante di tutti.*

**Servizio fotografico:** Per la seconda foto del giorno finale, il designer del set Hervé ha creato un'incredibile opera d'arte che funge da sfondo per l'immagine. Con un foglio di carta nera, 10 metri per 10, ha ricoperto l'intero muro e poi ne ha ritagliato una forma di saetta. Per creare l'effetto finale, dietro al muro è stata sistemata una forte luce gialla per riprodurre un fulmine vero e proprio che squarcia la foto. Nella foto finale, l'abito di Milla è stato creato appositamente in modo da rispecchiare perfettamente il soggetto, effetto ottenuto grazie ad un tessuto estremamente liscio e lucido di un nero intenso che si confonde con il cielo notturno. La 'scioccante' pettinatura di Milla ha ulteriormente aggiunto un senso catalizzante e di potere.

**Campari:** Bottiglia di Campari.

### MODA

**Immagine del Calendario Campari:** Abito realizzato da Yann/Weber / sandali con strass e pietre nere di René Caovilla  
Collana Pandora e bracciale rigido full pavè move in oro bianco e diamanti Messika.

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF  
THE  
WORLD  
BABY!

Pagina 12 di 18

## GIORNO 3 - Aprile



Una **dea di un altro pianeta**, Milla sostiene il mondo con una delle sue mani e con una delle altre, il Campari. *E' la prova di un'invasione aliena: le donne vengono da un altro pianeta.*

**Servizio fotografico:** Una foto semplice da creare, con l'acconciatura più semplice; questo scatto perfetto è stato il primo del giorno. Indossando un magnifico abito bordeaux di Stéphane Rolland, abbellito da pietre preziose, Milla ha posato in una scenografia semplice, con uno sfondo nudo e al suolo solo della terra rossa per ricreare l'elemento terrestre. La troupe ha realizzato un globo rosso luccicante ed unico che rappresenta il mondo che Milla sorregge con una delle tante mani mentre con le altre si versa un Campari.

**Campari:** Campari On The Rocks e bottiglia di Campari.

### MODA

**Immagine del Calendario Campari:** abito lungo con drappaggi di radzimir color vinaccia e guanti di pelle Stéphane Rolland

## GIORNO 3 - Marzo



Milla sboccia dall'arida terra e trova un Campari che calma il suo desiderio. *Ci sono bellezze che possono anche fiorire in un deserto.*

**Servizio fotografico:** Un' altra scenografia complicata; ciascuna sezione del deserto è una pietra tagliata individualmente prima del servizio fotografico, colorata e appositamente sistemata per formare il terreno. Per creare un certo equilibrio, Milla indossa un abito leggero color mostarda di Stéphane Rolland, accessoriato con bellissimi gioielli vintage di Paco Rabanne.

**Campari:** Campari Mojito.

### MODA

**Immagine del Calendario Campari:** abito lungo drappeggiato di Stéphane Rolland in organza stropicciata e dipinta a mano

Collana di strass neri Paco Rabanne.

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF  
THE  
WORLD,  
BABY!

Pagina 14 di 18

## GIORNO 3 - Febbraio



Un'imponente e dinamica Milla è nel centro **della tempesta** mentre scruta il tornado. *Questa è la ragione per cui gli uragani sono spesso chiamati con nome di donna.*

**Servizio fotografico:** Questa è l'ultima foto del giorno, ma una delle più di sensazionali per quanto riguarda l'acconciatura dato che Milla è stata trasformata in un uragano. Lo stilista ha creato un uragano nei capelli di Milla usando una parrucca speciale per ampliarne l'effetto. L'effetto offuscato della scatto è stato realizzato fotografando dei pannelli speciali dipinti e usati come sfondo per aumentare ulteriormente la sensazione di movimento all'interno della foto.

**Campari:** Campari Shakerato.

### MODA

**Immagine del Calendario Campari:** Abito con piume di Izmaylova/ anello in oro bianco e diamanti di Vhernier.

**Immagini dal dietro le quinte:** Anello in oro bianco e diamanti di Vhernier

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF  
THE  
WORLD  
BABY!

Pagina 15 di 18

## GIORNO 4 - Novembre



Milla sprigiona vita e passione con un Campari spritz mentre il **mondo si surriscalda** intorno a lei. *Esiste più di una ragione per cui le temperature continuano a crescere.*

**Servizio fotografico:** In questa foto Milla indossa un sensazionale abito che sembra fondersi addosso a lei. Anche i capelli sono stati pettinati usando un materiale speciale che li fa sembrare come se stessero sciogliendosi a causa dell'elevata temperatura. Anche se il sole qui raffigurato non riscalda, sembra così reale che provoca un certo calore sul set (ogni scusa è buona per bere un cocktail Campari sul set!).

**Campari:** [Campari Spritz](#).

### MODA

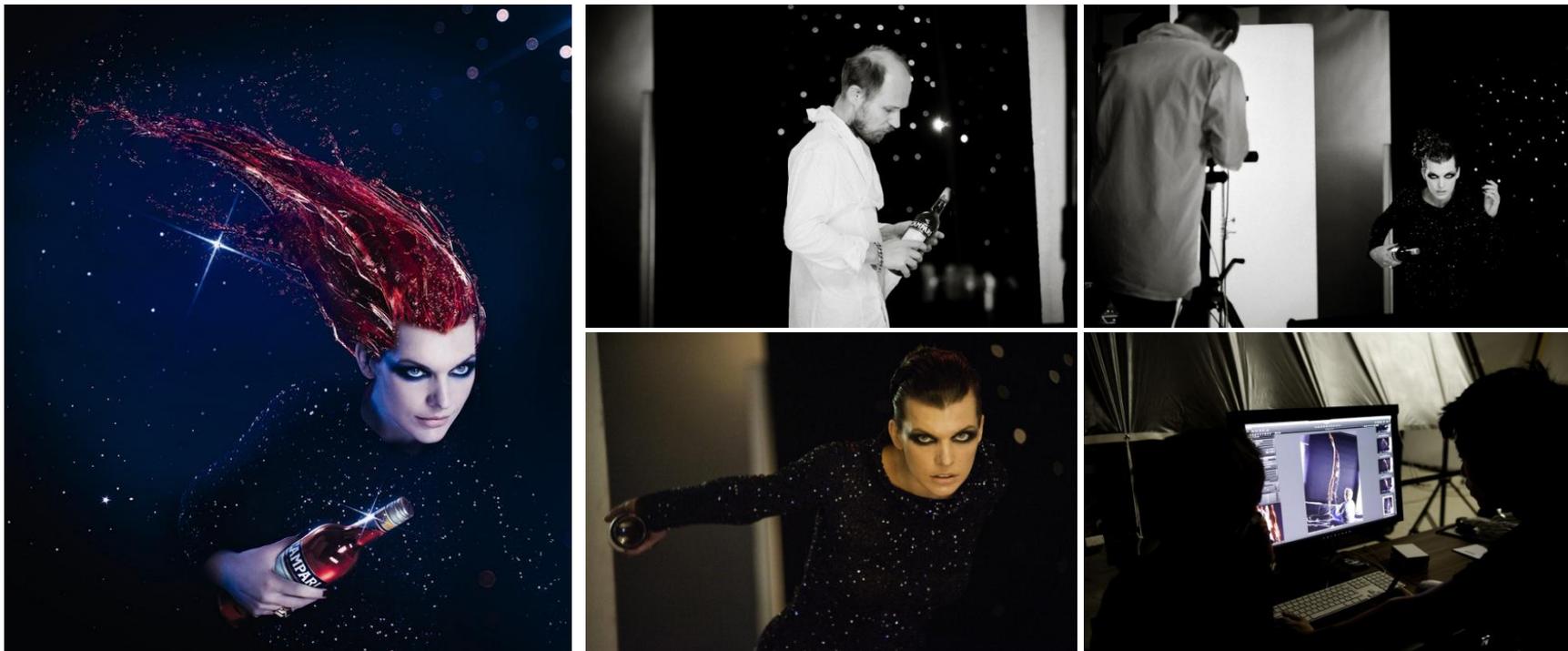
**Immagine del Calendario Campari:** abito plastificato in satin realizzato da Yann Weber/ collana Spiky in oro nero e diamanti bianchi di Messika.

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF  
THE  
WORLD!  
BABY!

Pagina 16 di 18

## GIORNO 4 - Ottobre



Milla traccia **una scia luminosa nel cielo notturno** andando verso la sua meta con una luminosa bottiglia di Campari in mano. *Schivare un meteorite è una fortuna, ma talvolta sarebbe meglio esserne colpiti.*

**Servizio fotografico:** Questa è stata una delle scenografie più veloci da realizzare. Ciò nonostante l'effetto è sbalorditivo mentre nello studio è calata l'oscurità per lo scatto. I capelli di Milla sono lisci, dal tono freddo e brillano sulla sua testa. Il primissimo scatto anche senza ricorrere a sovrapposizioni o alla post produzione è incredibile. I capelli di Milla nella foto finale sono fatti di vero Campari, un'onda rossa liquida fotografata da Dimitri separatamente.

**Campari:** Bottiglia di Campari.

### MODA

**Immagine del Calendario Campari:** top in glitter Manish Arora/ anello in oro rosa Vhernier.

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF  
THE  
WORLD  
BABY!

Pagina 17 di 18

## GIORNO 4 – Maggio



Lo splendore di Milla riesce a salvarsi tra le **macerie** del mondo. *Talvolta un paio di occhi luccicanti causano danni maggiori dell'inquinamento.*

**Servizio fotografico:** Il designer del set ha cominciato a lavorare molto presto con la sua squadra per creare lo sfondo con brandelli di carta. Il rosso acceso del Campari spicca nella scenografia insieme all'incredibile acconciatura e al trucco di Milla.

**Campari:** [Negroni Sbagliato](#).

### MODA

**Immagine del Calendario Campari:** Abito maglia di Stéphane Rolland in crêpe di satin nero sovrapposto con organza nera e foglie di organza/Bracciale rigido Move full pavé di diamanti Messika.

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF  
THE  
WORLD  
BABY!

Pagina 78 di 118

## GIORNO 4 - Giugno



Una bottiglia Campari con dentro un messaggio galleggia mentre Milla emerge dal suo vestito che avvolge il mondo come un' **alluvione** durante una tempesta. *C'è una sola cosa che un'alluvione non può sommergere, la tenacia di una donna.*

**Servizio fotografico:** Ancora una volta questa scenografia ha presupposto una stretta collaborazione tra set designer e stilista dato che il set doveva combaciare perfettamente con l'abito di Milla. Per riuscire a crearlo hanno lavorato entrambi con la stessa lana verde-blu per creare l'effetto acqua sul corpo di Milla. Sui capelli di Milla è stata versata dell'acqua in modo che le goccioline catturassero la luce ogni qualvolta lei si muovesse, migliorando un risultato già straordinario. Per creare l'effetto acqua sullo sfondo, è stata costruita una 'cascata meccanica' nello studio, un altro elemento reale che Dimitri ha poi trasformato nella foto finale.

**Campari:** Bottiglia di Campari.

### MODA

**Immagine del Calendario Campari:** abito realizzato da Yann Weber/ collana e bracciale in oro rosa Vhernier.

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF  
THE  
WORLD  
BABY!

Pagina 19 di 18

## GIORNO 4 – Retro copertina



Una maestosa Milla avanza decisa mentre lingue di seta arancione **bruciate** fiammeggiano dietro a lei. *Ci sono tempeste di fuoco che nessuno può spegnere.*

**Servizio fotografico:** L'ultimo giorno sul set per Milla, ma non per il resto della troupe che ha ancora varie giornate di lavoro per sistemare e migliorare le foto. Sono stati giorni lunghi ed intensi e la stanchezza è tangibile, ma ancora una volta è l'adrenalina che stimola tutti. L'abito finale è spettacolare, crea una reale sensazione di potere – in un certo senso è come se lei fosse in fiamme sul set. Che modo migliore per terminare un servizio fotografico se non con una foto che celebra chiaramente l'oggetto dell'intero lavoro: la nostra eroina che brinda alla vita.

**Campari:** [Campari Orange.](#)

### MODA

**Immagine del Calendario Campari :** una tuta in crêpe di seta color cognac di Stéphane Rolland/ sandali in pietre e strass di René Caovilla/ Orecchini e anello in oro rosa e corniola di Vhernier..

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF  
THE  
WORLD  
BABY!

Pagina 20 di 28

***Facciamo un brindisi insieme.  
Ad un mondo nuovo,  
ad un nuovo anno durante il quale la vita ci incanterà ancora una volta.  
Salute.***

**-Fine-**

# AMERICANO\*

1 parte di Campari  
1 parte di Vermouth rosso  
Soda

Versare tutti gli ingredienti nel bicchiere colmo di ghiaccio. Guarnire con una fettina d'arancia. Campari consiglia Cinzano Rosso.

**Bicchiere ideale:** highball

**Curiosità:** Il noto cocktail Americano nacque a Milano con il nome di *Milano-Torino*, che richiamava l'origine dei due ingredienti principali. È stato poi ribattezzato Americano in onore dei turisti americani che apprezzavano questo drink durante il proibizionismo.

\*Cocktail ufficiale dell'I.B.A (International Bartending Association). I cocktail IBA vengono preparati in tutto il mondo secondo questa ricetta originale.



# NEGRONI \*

$\frac{3}{4}$  parte di Campari

$\frac{3}{4}$  parte di Vermouth Rosso

$\frac{3}{4}$  parte di gin

Versare tutti gli ingredienti in un bicchiere tumbler insieme al ghiaccio. Guarnire con una fetta d'arancia. Campari consiglia Cinzano Rosso.

**Bicchiere ideale:** bicchiere rock

\*Cocktail ufficiale dell'I.B.A (International Bartending Association). I cocktail IBA vengono preparati in tutto il mondo secondo questa ricetta originale.



# NEGRONI SBAGLIATO

Si tratta di una variante che ha conquistato anche i fedelissimi del classico Negroni. Ideale per chi predilige qualche “bollicina” senza rinunciare a un gusto deciso e ricco di personalità.

1 parte di Campari

1 parte di Vermouth rosso

Completare con Pinot Chardonnay

Versare tutti gli ingredienti in un bicchiere *tumbler* insieme al ghiaccio. Guarnire con una fetta d’arancia. Campari consiglia Cinzano Rosso e Pinot Chardonnay Cinzano.

**Bicchiere ideale:** highball

**Curiosità:** Il Negroni Sbagliato è la variante ormai altrettanto nota del più classico Negroni. La differenza sta nel sostituire il gin con il vino frizzante. Più leggero dell’originale è stato inventato a Milano nello storico locale “Bar Basso”.



# CAMPARI SHAKERATO

2 parti di Campari

Ghiaccio

Shakerare il Campari con ghiaccio e versare il tutto in una coppa da cocktail, meglio se precedentemente raffreddata.

**Bicchiere ideale:** coppa cocktail



# CAMPARI ON THE ROCKS

2 parti di Campari

Versare il Campari in un bicchiere colmo di ghiaccio

**Bicchiere ideale:** rock



# CAMPARI ORANGE

1 ¼ parte di Campari;  
Completare con succo d'arancia

Versare Campari e succo d'arancia direttamente nel bicchiere.

**Bicchiere ideale:** juice

**Curiosità:** Campari Orange o **Garibaldi** è un cocktail tra i più semplici, ma è altrettanto conosciuto quanto è antico, a base di Campari e succo d'arancia. Può essere bevuto sia come aperitivo che come *long drink*.

Il nome rende omaggio all'eroe dei due mondi: Giuseppe Garibaldi, in quanto il rosso di Campari ne ricorda la celebre giubba rossa e le arance lo sbarco in Sicilia.



# CAMPARI MOJITO

1 ¼ parte di Campari  
½ lime  
Menta  
2 cucchiari di zucchero di canna  
Spruzzata di soda

**Bicchiere ideale:** juice

In un bicchiere mettere zucchero e mezzo lime tagliato a spicchi. Pestare fino a sciogliere lo zucchero. Aggiungere alcune foglie di menta e pestarle delicatamente. Riempire il bicchiere con ghiaccio tritato. Versare Campari, una spruzzata di soda e mescolare. Guarnire con un rametto di menta.

**Curiosità:** Campari Mojito è anche conosciuto come Italian **Mojito**, **il Mojito Italiano**.



# CAMPARI ORANGE PASSION

1 ¼ parte di Campari

2 fettine di arancia

1 cucchiaino di zucchero di canna

Riempire con succo di arancia bionda

Ghiaccio tritato

**Bicchiere ideale:** double rock (bicchiere juice)

Preparate il cocktail in un bicchiere alto da succo. Pestate l'arancia con lo zucchero di canna fino a farne una polpa e aggiungete il ghiaccio tritato e il Campari e riempite la parte restante del bicchiere con il succo d'arancia; mescolate delicatamente. Guarnite con una ciliegina rossa.



# CAMPARI SPRITZ

3 parti Prosecco Cinzano

1 ½ parte di Campari

1 spruzzata di soda

Ghiaccio e fettina di arancia

**Bicchiere ideale:** (highball glass) tumbler o balloon grande

Mettere nel bicchiere il ghiaccio e una fettina d'arancia, versare il Prosecco, il Campari e una spruzzata di soda



CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD,  
BABY!

## **It's the End of the World, Baby! Cos'è tutto questo parlare del 2012?**

Il 2012 si contraddistingue come un anno speciale perché, secondo molte profezie, sperimenteremo un mutamento globale che porterà alla fine del mondo così come lo conosciamo ora. Dagli antichi Maya fino agli esponenti della New Age, in molti credono che dal 21 dicembre 2012 entreremo in un periodo di trasformazioni; quali saranno queste trasformazioni e cosa significheranno è attualmente l'oggetto di dibattiti in tutto il mondo. Molti credono che questo cambiamento sarà per il meglio ed è su questa positività che Campari incentra il Calendario 2012. Campari brinda alla vita con i suoi cocktails nonostante tutte le ipotesi sulla fine del mondo. A seguire alcuni esempi delle molte eccitanti, intriganti e talvolta strampalate predizioni.

### **Calendario Maya**

L'improvvisa fine del Calendario del Lungo Computo Maya prevista per il 21 dicembre 2012, è stata da alcuni interpretata come una profezia della fine di un'era e forse del mondo. Il messaggio dei Maya riguarda una scelta che dobbiamo fare su come affrontare il futuro, per cui questo potrebbe essere un periodo di transizione da un Era del mondo ad un'altra.

### **Inversione Geomagnetica**

Un'idea legata al 2012 propone un'inversione geomagnetica forse scatenata da una colossale tempesta solare che potrebbe liberare un quantitativo di energia pari a 100 miliardi di bombe atomiche. Questa credenza è apparentemente sostenuta da osservazioni di un indebolimento del campo magnetico della Terra che potrebbe anticipare un'inversione dei poli magnetici nord e sud.

### **Pianeta X/Nibiru**

Alcuni fautori che situano il giorno del giudizio universale nel 2012, affermano che un pianeta ancora sconosciuto, chiamato Pianeta X o Nibiru, entrerà in collisione o passerà vicino alla Terra in quell'anno. Quest'idea circola in varie forme dal 1995 e originariamente situava l'avvenimento nel 2003, ma questa data fu scartata dopo che non si verificò nessun incidente. La teoria è scaturita da richieste di canalizzazione di esseri alieni ed è stata ampiamente ridicolizzata.

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD,  
BABY!

### **Kali Yuga**

In India il guru Kalki Bhagavan promuove il 2012 come una 'scadenza' per l'illuminismo umano. Oltre 15 milioni di persone considerano Bhagavan l'incarnazione del dio Vishnu e credono che il 2012 segni la fine del Kali Yuga, o era oscura.

### **Bugarach**

Il paesino francese di Bugarach, ha cominciato a ricevere visite da credenti mistici 'esoterici' che hanno concluso che la montagna locale, Pic de Bugarach è il luogo ideale per resistere agli eventi di trasformazione del 2012. Nel 2011, il sindaco locale, Jean-Pierre Delord ha cominciato a esprimere alla stampa internazionale il timore che la cittadina possa essere travolta da un copioso afflusso di migliaia di visitatori nel 2012, suggerendo perfino un possibile intervento dell'esercito.

### **L'I Ching**

L'I Ching, meglio conosciuto come il Libro dei Mutamenti, è uno dei più antichi testi classici cinesi ed è stato utilizzato per oltre 5000 anni come ausilio decisionale o a scopo divinatorio. I fratelli McKenna nel loro libro 'The Invisible Landscape' hanno dedotto la data finale del 2012 dall'I Ching usando i frattali - uno schema geometrico che si ripete ad ogni scala per cui non può essere rappresentato dalla geometria classica.

### **Super-vulcano**

Alcune persone sono preoccupate per la cosiddetta super-caldera che si trova sotto il parco di Yellowstone negli Stati Uniti e perciò credono che la fine del mondo sarà il risultato di una super eruzione vulcanica, più potente di qualsiasi altra eruzione vulcanica mai registrata nella storia dell'uomo. L'eruzione avrebbe luogo quando il magma sale fino alla crosta terrestre ma non riesce a sfondarla. Un evento di tale portata, produrrebbe, sembra, un'esplosione e la conseguente emissione nell'atmosfera di milioni di tonnellate di detriti e gas velenosi e potrebbe fare cadere il mondo in un cosiddetto inverno nucleare scatenando un'era glaciale, o, nella peggiore delle ipotesi, distruggere ogni forma di vita in tutto o in alcune parti del pianeta.



## MILLA JOVOVICH

### Biografia

Milla Jovovich si è affermata con successo a livello internazionale come modella e attrice. La Jovovich (pronuncia "io-vo-vi-tc") è passata alla carriera di attrice a tempo pieno senza fatica, recitando nel ruolo di protagonista in oltre venti film.

Milla Jovovich ha appena terminato di girare "I Tre Moschettieri in 3D" dove interpreta il ruolo di "Milady de Winter". Oltre a lei nel cast internazionale del film figurano Christoph Waltz, Matthew Macfadyen, Mads Mikkelsen e Juno Temple. Il film, distribuito da Summit Entertainment, è uscito nelle sale il 14 Ottobre 2011 .

Protagonista della saga "Resident Evil", la Jovovich ha interpretato ancora una volta il ruolo di "Alice" nel quarto episodio del film per la Sony Screen Gems. In "Resident Evil: Afterlife", Alice ha il compito di trarre in salvo i sopravvissuti affinché non soccombano agli Undead in un mondo distrutto da un'infezione virale. Scritto e diretto da Paul W.S.Anderson, il film è uscito nelle sale il 10 Settembre 2010 ed ha incassato oltre 295 milioni di dollari in tutto il mondo.

Nell'ottobre 2010 Jovovich ha recitato insieme al vincitore di premio Oscar Robert De Niro e il candidato a premio Oscar Edward Norton in "Stone". Nel film la Jovovich interpreta la moglie di un piromane in prigione (Edward Norton) che la coinvolge in un gioco psicologico con l'ufficiale addetto alla libertà vigilata (Robert De Niro). Il film è stato diretto da John Curran e distribuito dalla Ouverture Film.

Nel Febbraio 2011 Milla ottiene la parte di protagonista nella commedia romantica in lingua russa "Vykrutasi", che ha raggiunto la vetta delle classifiche in Russia. Un maestro elementare di un paesino russo si innamora di una donna moscovita (Jovovich) che sta per sposarsi. Il film diretto da Levan Gabriadze, prodotto da Timur Bekmambetov, vede la partecipazione anche di Konstantin Khabenskiy e Ivan Urgant.

Jovovich ha recentemente finito di girare due film indipendenti: "Faces in the Crowd" è un thriller psicologico su di una donna (Jovovich), sopravvissuta ad un attacco di un serial killer, che risveglia in ospedale con un trauma cerebrale che non le fa "riconoscere i volti" (prosopagnosia). Non essendo più capace di riconoscere il viso della gente, deve vagare in un mondo dove i tratti facciali

# IT'S THE END OF THE WORLD, BABY!

cambiano continuamente. E nel frattempo il killer si avvicina determinato ad eliminare la potenziale testimone. Nel cast anche Julian McMahon. In "Dirty Girl," la Jovovich recita insieme a William H. Macy e Juno Temple. "Dirty Girl" è una commedia sulla ricerca dell'identità e del potere di redenzione di un'amicizia inaspettata. Danielle (Temple) è la ragazza "dirty", la spregiudicata, della Norman High School. Quando l'inappropriato comportamento di Danielle, la porta a dover seguire delle lezioni speciali, si allea con una ragazza timida ed introversa e insieme partono per un viaggio alla conoscenza di se stesse e dell'altra attraverso un'amicizia divertente e casuale. Il film scritto e diretto da Abe Sylvia, è uscito nelle sale il 5 Agosto 2011 distribuito da **Weinstein Company**.

Nel luglio 2010, Milka Jovovich ha interpretato nel ruolo di protagonista, "Bringing up Bobby", il debutto alla regia dell'attrice Famke Janssen. *Bringing Up Bobby* è la storia di un'artista-truffatrice Europea (Jovovich) e di suo figlio Bobby che si ritrovano in Oklahoma nel tentativo di scappare dal passato e costruirsi un futuro migliore. Olive e Bobby con noncuranza passano da un'avventura all'altra fino a quando il passato criminale di Olive li raggiunge. Di conseguenza, lei deve prendere una decisione: continuare con la vita da criminale o lasciare la persona che ama di più al mondo per cercare di dare a Bobby una chance nella vita.

Già a undici anni la Jovovich è stata notata dal fotografo Richard Avedon che l'ha ritratta nella campagna Revlon "Most Unforgettable Women" (le Donne Più Indimenticabili). Nell'ottobre del 1987 era in copertina sulla rivista di moda italiana *Lei*, la prima di tante. Nel 1988 ha firmato il suo primo contratto come modella professionista.

Da allora Milla è apparsa su centinaia di riviste e in decine di copertine. Ha realizzato pubblicità per numerosi marchi tra i quali, Banana Republic, Christian Dior, Damiani, Donna Karan, Gap, Versace, Mango, Etro. Dal 1998 Milla è la modella di punta per i cosmetici L'Oréal. Oltre a L'Oréal, Milla ha posato per le campagne pubblicitarie di L'Oréal, ICB, Ann Taylor e recentemente Mercedes-Benz.

La precoce carriera di modella di Milla l'ha portata alla carriera di attrice, e nel 1988 ha avuto la sua prima parte nel thriller sentimentale *Congiunzione di due Lune* (*Two Moon Junction*). Il suo primo ruolo da protagonista fu nel 1991 in *Ritorno alla laguna blu* (*Return to the Blue Lagoon*), per il quale ha ricevuto una nomination come "Best Young Actress starring in a Motion Picture" al Young Artist Awards del 1991. In quegli anni è apparsa in alcuni programmi televisivi e ha preso parte ai film *Poliziotto in blue jeans* (*Kuffs*) (1992), *Charlot* (*Chaplin*) (1992), e *La vita è un sogno* (*Dazed and Confused*) (1993).

Il ruolo della svolta è stato quello di "Leeloo", l'essere perfetto del film di Luc Besson *Il quinto elemento* (*The fifth element*) (1997). In seguito ha recitato in altri film d'azione, oltre alla trilogia



*Resident Evil*, come *Ultraviolet* (2006), *A Perfect Get away - Una perfetta via di Fuga* (2009), e *Il quarto tipo (The Fourth Kind)* (2009).

Milla è stata nel cast di varie commedie e film drammatici, tra cui *He Got Game* di Spike Lee (1998), *Giovanna D'Arco (The Messenger: The Story of Joan of Arc)* (1999), *Le bianche tracce della vita (The Claim)* (2000), *The Million Dollar Hotel* (2000), *Zoolander* (2001), *Dummy* (2003), *No Good Deed-Inganni Svelati* (2003) e *You Stupid Man* (2003).

Nel 1994 Milla ha pubblicato un disco folk acclamato dalla critica, *The Divine Comedy*. Ispirata da un amore per "gli elfi e gli alberi magici", Milla ha scritto i testi quando aveva 15 anni e ha registrato l'album un anno dopo, a 16 anni. Le undici canzoni di *The Divine Comedy* sono acustiche, folk e difficili da incasellare in una sola categoria e sono strettamente legate alla tristezza slava e al dubbio esistenziale. "In a Glade" è una bellissima canzone folk della tradizione ucraina che Milla canta nella sua lingua madre.

Milla è stata la leader di un gruppo chiamato *Plastic Has Memory* che si è esibito ad una decina di concerti a Los Angeles e New York nel 1999. Sebbene i *Plastic Has Memory* non abbiano mai pubblicato un disco, hanno contribuito con una canzone, "On the Hill", all'*Hollywood Goes Wild*, un CD di beneficenza a favore del Wildlife Waystation

Milla ha cantato "Left and Right" al Fashion Rocks a Londra, Inghilterra, ottobre 2003 (MP3). Ha anche cantato in vari album, tra cui 2 cover di "Satellite of Love" di Lou Reed per la colonna sonora di *The Million Dollar Hotel* (2000), "Rocket Collecting" per la colonna sonora di *Underworld* (2003) e "Shein Vi Di L'Vone" & "Mezinka" (canzoni klezmer in lingua yiddish) per la colonna sonora di *Dummy* (2003).

Milla ha collaborato con Puscifer varie volte (Maynard James Keenan dei *Tool* e dei *A Perfect Circle*). Ha cantato in "Rev 22:20" della colonna sonora di *Underworld* (2003) e anche nel Renholder remix dei The Cure "Underneath The Stars" nella colonna sonora di *Underworld: Rise of the Lycans* (2009). Milla ha cantato anche in "The Mission" e ha preso parte al concerto di Puscifer al The Pearl a Las Vegas il 13 febbraio 2009. Milla ha cantato in "We Are Family" (2001) (CD di beneficenza a favore della Croce Rossa Americana), "Former Lover" dall'album di Deepak Chopra, *A Gift of Love II: Oceans of Ecstasy* (2002), e "I Know It's You" di The Crystal Method (2004). Milla continua a comporre dei demo. Questi demo sono disponibili qui gratuitamente. I suoi fans sono invitati a ascoltarli a farne dei remix, ma non possono venderli.

Jovovich-Hawk era una linea di moda che Milla e Carmen Hawk hanno fondato nel 2003. Jovovich-Hawk è stata finalista nel 2006 all'evento del Council of Fashion Designers of America

CAMPARI2012

IT'S  
THE  
END  
OF THE  
WORLD,  
BABY!

(CFDA)/Vogue Fashion Fund. La popolare catena di negozi di moda Mango ha realizzato una collezione Jovovich-Hawk per MNG nel 2007. Il sodalizio Jovovich-Hawk si è sciolto nel 2008.

Milla è ambasciatrice per amfAR (La Fondazione per la Ricerca contro l'AIDS) e sostiene varie organizzazioni benefiche, tra cui OCRF (Ovarian Cancer Research Fund- Fondo per la ricerca contro il tumore dell'ovaio), il Fondo per i Gorilla di Diane Fossey, il Wildlands Project, e l' UNESCO World Heritage Centre.

Quando non è sul set , Milla vive a Los Angeles con suo marito e sua figlia, Ever.



## **DIMITRI DANILOFF**

### **Biografia**

Nato nel 1970, Dimitri Daniloff ha scoperto l'amore per la fotografia per caso quando un amico gli donò una macchina fotografica, mentre frequentava una facoltà scientifica. "Per me è stata una rivelazione" ricorda con affetto Daniloff che dopo un solo giorno di sperimentazioni con la macchina scoprì di avere una grande passione per l'arte fotografica. Immediatamente lasciò gli studi e cominciò a dedicarsi alla fotografia. Dopo aver terminato l'apprendistato iniziò a lavorare come assistente di un fotografo con il compito di accompagnarlo in tutto il mondo nei suoi viaggi in Europa e negli Stati Uniti, prima di mettersi in proprio nel 1998.

Dimitri è ossessionato dal vivere nel presente e svuotare anzitempo il futuro; la sua serie "Cubismo" rivela questo approccio futuristico con il quale cerca di superare i limiti dell'immagine, reinventare e estendere i confini. La sua creatività implica distorsioni erudite e manipolazioni che gli hanno permesso di costruirsi una certa fama nel mondo della fotografia.

Daniloff ha adattato quest'estetica digitale per promuovere un rinnovamento della fotografia pubblicitaria che secondo lui è in crisi sin dall'inizio del 21<sup>mo</sup> secolo. Lavora continuamente per cercare un altro stratagemma per sorprendere il pubblico.

Questo artista francese ha vinto un Gold Lion a Cannes nel 2003 con una campagna pubblicitaria per Playstation e le sue foto sono state esposte al Museo Les Arts Décoratifs, Le Louvre, Parigi come rappresentante della nuova generazione di fotografi.

Premi: Grand Prix de Cannes 2003, Cannes Gold Lion 2005, Grand Prix d’Affichage, Campaign Press Gold, Andy Awards 2004, Clio Bronze, Clio 2 X Bronze 2004.

Pubblicità: Harvey Nichols, Nike, Playstation, Lonchamp, Stern, Vichy, Aides, Sidaction, Motorola, Adidas, Snickers, Melting Pot, Nissan, Amnesty International, LG, Marithé & François Girbaud, Stéphane Kélian.

Pubblicazioni: Eyemazing, Tank, Surface, Bon Magazine, Style & the Family Tunes, So Chic Magazine, Lemon Magazine, Vanidad, West East.

Personaggi Famosi: Black Eyed Peas, Daft Punk, Tiger Woods, David Beckham.

E' apprezzato e conosciuto in Francia, Germania, Gran Bretagna, Asia e negli Stati Uniti.



## **BOB KUNZE-CONCEWITZ**

**Chief Executive Officer, Gruppo Campari**

### **Biografia**

Bob Kunze-Concewitz è stato nominato Chief Executive Officer del Gruppo Campari nel Maggio 2007. Ha attuato l'ambiziosa strategia di crescita bidirezionale del Gruppo, supervisionando a varie acquisizioni di brand e mantenendo allo stesso tempo una crescita organica.

Entrato nel Gruppo Campari nel 2005 in qualità di Group Marketing Officer, Bob ha sviluppato e attuato nuove strategie di marketing per la maggior parte dei maggiori brand internazionali del Gruppo.

La carriera internazionale di Bob è cominciata alla Procter and Gamble dove ha occupato vari ruoli con crescente responsabilità in ambito internazionale. Dopo aver portato a termine numerosi incarichi di programmazione strategica e gestionale è diventato Corporate Marketing Director nella divisione Global Prestige Products.

Cittadino austriaco, ma nato in Turchia, Bob ha studiato e lavorato in molte nazioni. Ha frequentato scuole francesi in Turchia e Germania prima di laurearsi con lode in Economia all'Hamilton College negli USA. Ha conseguito un MBA alla Manchester Business School. Parla cinque lingue (Inglese, Tedesco, Francese, Italiano e Turco), Bob ha lavorato in Italia, Germania, Gran Bretagna, Francia, nel Benelux, gli Usa e Svizzera.