

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD,
BABY!

CAMPARI CALENDAR 2012 PRESS KIT

SPANISH

Index

01_Press release	page 1
02_BTS Diary.....	page 6
03_What is it about 2012?.....	page 31
04_Milla Jovovich Biography.....	page 33
05_Dimitri Daniloff Biography.....	page 37
06_Bob Kunze-Concewitz Biography.....	page 38

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD
BABY!

¡ES EL FIN DEL MUNDO!

EL CALENDARIO CAMPARI 2012 BRINDA POR LA VIDA

Milán, Italia - 27 de octubre de 2011 – El Calendario [Campari 2012](#), que va ya por su 13 edición, ha sido desvelado hoy en Milán.

Bajo el título *¡Es el fin del mundo!*, el Calendario Campari de este año se inspira en los rumores que giran alrededor de la predicción de la antigua cultura Maya que dice que el mundo, tal y como lo conocemos, se acabará el 21 de diciembre de 2012 y entrará en un periodo de transformación. La respuesta de Campari a este “sombrió” imaginario es reaccionar de forma enérgica y positiva, sin compromisos, yendo en contra de la tendencia mayoritaria. Por lo tanto, sin más que un borroso dibujo de posibilidades desconocidas, Campari da un giro positivo a intrigantes teorías y las presenta de forma visual en una serie de poderosas e inspiradoras fotografías con la actriz de Hollywood y supermodelo [Milla Jovovich](#).

El calendario, concebido para trasladar al público una experiencia visual sensacional, muestra a la última protagonista de Campari en vívidas imágenes mientras ésta representa escenas hipotéticas sobre el fin del mundo. Con escenarios inspirados por la cinematografía moderna, la mitología y pasajes bíblicos, el calendario explora varios eventos notables, desde los más dramáticos, como la desertificación y los huracanes, hasta invasiones alienígenas y meteoritos. Posando con magníficos diseños, Jovovich cautiva con éxito a los espectadores, irradiando una determinada actitud que evoca al poder y al control sobre lo desconocido, y brinda por la vida con su compañero de reparto: Campari.

Campari aprovecha esta oportunidad para celebrar la vida de forma creativa; con optimismo y energía; animando a la gente de todo el mundo a unirse a ellos creando momentos pasionales y emotivos que recordar brindando juntos.

Milla Jovovich comenta su experiencia: *“Como modelo y actriz, éste ha sido un nuevo y excitante reto para mí, combinando las habilidades para dar vida a cada uno de los eventos hipotéticos de una forma teatral a la vez que sofisticada. Lo que más me atrajo del proyecto fue la poderosa inspiración*



que había detrás de él, así como el enfoque positivo de celebrar la vida con un brindis especial, con amigos y familia.”

Uno de los protagonistas más interesantes de la fotografía internacional, **Dimitri Daniloff**, ha sido el encargado de fotografiar el calendario para su 13 edición. Se trata de una elección natural a la hora de retratar una historia mística. Este fotógrafo parisino captura perfectamente cada escenario, ya que buscaba dar forma a cada toma, pieza a pieza, convirtiéndola en realidad. La producción del calendario fue un proceso largo y complejo que se completó con efectos especiales, añadiendo el toque final para dar vida a cada hipótesis.

Daniloff comenta su participación: *“Valoro muchísimo la oportunidad de trabajar desde el principio en ideas como ésta, así que cuando Campari me dijo que la inspiración era un mundo lleno de fantasía, entendí que era el mejor proyecto para mí. Quería interpretar cada escenario con la luz más positiva y realmente buscaba recrear cada evento de manera muy surrealista y coreografiada. Los vestidos, el estilismo y el set eran una parte muy importante de la escenografía y otras veces era sólo un peinado muy elaborado y maquillaje muy preciso pero, lo más importante era Milla, la estrella de las fotografías, irradiando verdadero glamour.”*

La elección de Milla Jovovich marca el retorno de las estrellas femeninas al Calendario Campari, ya que el año pasado se contó por primera vez con un protagonista masculino, Benicio Del Toro. Así, Jovovich sigue los pasos de algunas de las mujeres más despampanantes del mundo que también han protagonizado otras ediciones del calendario, entre las que cabe destacar a Salma Hayek, Eva Mendes y Jessica Alba.

Bob Kunze-Concewitz, CEO de Gruppo Campari, también comenta: *“Este año hemos querido llevar la creatividad realmente al límite al ver de forma muy imaginativa las distintas posibilidades que podrían venir en un periodo de transformación. Es nuestra obligación, como el aperitivo por excelencia, ofrecer a los amantes de Campari un momento intenso y positivo en estos tiempos, y celebrar lo que pueda venir brindando por la vida. Dado su estilo misterioso e intrigante, Milla resultó ser la opción perfecta como intérprete de este concepto. Además, no había nadie mejor que Dimitri para dar vida al misterio y la fantasía que inspiran las imágenes.”*

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD
BABY!

El Calendario Campari cuenta con una tirada limitada de sólo 9.999 copias y no está a la venta, sino que sólo se distribuirá a amigos de Campari a nivel internacional.

El concepto *¡Es el fin del mundo!* ha sido creado por **Euro RSCG Milán**, cuyos Directores Creativos Eric Loi y Darío Villa han trabajado conjuntamente con Dimitri Daniloff y con Giovanni Porro, Director Creativo Ejecutivo de la agencia. La producción ha corrido a cargo de **SeaSun Production**.

Para más información:

www.campari.com

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

www.camparigroup.com

-FIN-

Nota a los editores:

Para más información sobre la historia del calendario Campari y para ver ediciones anteriores:

http://www.camparigroup.com/en/press_media/calendar/calendar.jsp

FTP para medios:

ftpeu.mycampari.com

Login: CCalendar2012M

Contraseña: M20c12c

Material de prensa del calendario Campari:

- Dossier de prensa
- Imágenes del calendario Campari
- Imágenes Behind The Scenes
- 3 minutos de vídeo Behind The Scenes
- Entrevistas en vídeo
- Imágenes de la rueda de prensa (28 de octubre)
- Imágenes del evento (28 de octubre)
- Imágenes de la alfombra roja (28 de octubre)

Para más información, por favor contactar con:

BRIDGE

Ana Zumalacarregui ana@thebridge.es

Coral del Pozo coral@thebridge.es



91 523 25 08

Sobre el Calendario Campari

A lo largo de los años, el Calendario Campari se ha convertido en uno de los iconos artísticos más importantes del mundo. Además, se distribuye a nivel internacional en edición limitada (9.999 copias). Se trata de un artículo coleccionable de lujo del que podrán disfrutar sólo algunos privilegiados. Asimismo el calendario rinde tributo a los fotógrafos que hacen posible que cada año éste cobre vida.

Sobre Campari

Campari es un clásico contemporáneo. Su receta nace en Novara en 1860 y se ha mantenido sin ningún cambio a lo largo de los años. Además, es la base de algunos de los cócteles más famosos del mundo. Campari es una bebida espirituosa, obtenida a partir de la infusión de hierbas, plantas aromáticas, alcohol, frutas y agua. A través de su distintivo color, aroma y sabor, Campari siempre ha sido símbolo de pasión, seducción y sensualidad, valores que han hecho a Campari famoso en todo el mundo como icono italiano.

Sobre Gruppo Campari

Gruppo Campari es una de las principales empresas del sector de bebidas, presente en más de 190 países de todo el mundo y líder en el mercado italiano y en el brasileño. Tiene una fuerte presencia en Estados Unidos, Alemania y Suiza. El Grupo cuenta con una amplia cartera que abarca tres áreas de negocio: espirituosos, vinos y refrescos. En el segmento de bebidas espirituosas junto a sus marcas más conocidas a nivel internacional, Campari, SKYY Vodka y Cynar, el grupo también cuenta con marcas líderes a nivel local como [Aperol](#), [Cabo Wabo](#), [CampariSoda](#), [Glen Grant](#), [Ouzo 12](#), Zedda Piras, [X-Rated](#) y las marcas brasileñas Dreher, Old Eight and Drury's. En el segmento de vinos, junto con Cinzano, marca conocida en todo el mundo, se encuentran marcas importantes en su categoría como Liebfraumilch, Mondoro, Odessa, Riccadonna, Sella & Mosca and Teruzzi & Puthod. El segmento de refrescos agrupa al aperitivo sin alcohol [Crodino](#) y Lemonsoda y su respectiva línea de productos, líder en el mercado italiano. Gruppo Campari cuenta con más de 2.000 empleados y las acciones de su matriz, Davide Campari-Milano S.p.A), cotizan en la bolsa de valores italiana. www.camparigroup.com.

Milla Jovovich: Biografía

Milla Jovovich se ha establecido con éxito como una actriz y modelo de lujo. Jovovich ha dado un giro importante de modelo a actriz, protagonizando alrededor de una veintena de películas. Con siete años, Jovovich ya fue fotografiada por Richard Avedon, que la retrató en "Las mujeres más inolvidables del mundo", una de las campañas más afamadas de Revlon. Desde entonces, Milla ha aparecido en cientos de revistas y en decenas de portadas. En 1994, sacó un disco de folk titulado "La Divina Comedia" que tuvo gran acogida entre la crítica. Milla, con solo 16 años, fue la autora de las letras. Acaba de participar en la producción de "Los Tres Mosqueteros en 3D", en la que encarnará a "Milady de Winter". El casting está formado por Christoph Waltz, Matthew Macfadyen, Mads Mikkelsen y Juno Temple. Summit Entertainment presentó esta película el 14 de octubre de 2011.

Dimitri Daniloff: Biografía

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD,
BABY!

Nacido en 1970, Dimitri Daniloff descubrió su vocación como fotógrafo por casualidad cuando un amigo le regaló una cámara. “Fue un descubrimiento para mí”, recuerda Daniloff. Tardó tan solo un día en experimentar con la cámara y descubrir lo que se convertiría en su gran pasión. Inmediatamente abandonó sus estudios de ciencias y comenzó a practicar con la cámara. Empezó a trabajar como asistente de fotógrafo, lo que le permitió viajar por toda Europa y Estados Unidos y posteriormente tener la suficiente experiencia como para convertirse en fotógrafo independiente en 1988.

Dimitri está obsesionado con vivir el presente, aunque su preocupación por el futuro se puede demostrar en sus “Series cubistas”, en las que pretende superar los límites de la imagen y reinventar esas barreras. Su creatividad recoge distorsiones y manipulaciones que le han permitido gran notoriedad en la fotografía mundial.

Daniloff trabaja continuamente para deslumbrar a pesar de trabajar en el mundo de la publicidad, profesión con la que ha ganado un León de Oro en el Festival de Cannes Lions en 2003 con una campaña para PlayStation que posteriormente fue exhibida en el Museo de Artes Decorativas de Paris y en el Louvre.

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD,
BABY!

Behind The Scenes

Diario desde el escenario

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD,
BABY!

Page 6 of 18

Érase una vez el mundo...
Esto podría ser el comienzo de un cuento.
Pero no lo es.
Según una antigua profecía maya,
El 21 de diciembre será nuestro último día.
El fin del mundo.
¿Será la causa una tormenta eléctrica? ¿Una invasión alienígena?
¿La erupción de un volcán?
Nadie lo sabe.
¿Para qué vamos a preocuparnos?
Lo único que podemos hacer es seguir sedientos.
De emociones, de pasión, de la vida.
Vivir cada momento intensamente.
Y sentirnos cada día abrumados por la belleza.
Para transformarla en una celebración.

Este es el prólogo de una historia narrada a través de imágenes épicas.

Bajo el título ***It's the end of the world , baby!***, el Calendario Campari de este año se inspira en los rumores que giran alrededor de una predicción de la antigua cultura Maya que dice que el mundo, tal y como lo conocemos, se acabará el 21 de diciembre de 2012 y entrará en un periodo de transformación. La respuesta de Campari a este “sombrió” imaginario es reaccionar de forma enérgica y positiva, sin compromisos, yendo en contra de la tendencia mayoritaria. Esto se refleja en un conjunto de escenas naturales y antinaturales captadas por la cámara de Dimitri Daniloff y protagonizadas por la heroína Milla Jovovich, una verdadera fuerza natural que brinda por la vida.

Este entusiasmo por la vida fue evidente durante el shooting de este calendario, cada imagen parece real. Realizado en París con uno de los mayores equipos y escenarios utilizados hasta ahora en el calendario Campari, la pasión y dedicación de todos fue palpable desde la primera hasta la última fotografía.

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD
BABY!

Page 7 of 18

DÍA 1 – Septiembre



Milla posa recostada, con un Campari en la mano, dentro de un vestido helado que parece hacerla prisionera. ¿Podemos sentirnos amenazados por una nueva edad de hielo capaz de superar la pasión humana?

Shooting: Dimitri, el fotógrafo, ajusta la iluminación y todo su equipo para lograr con su primera fotografía la elegancia y majestuosidad que representa esta sorprendente estatua de hielo. Para recrear ese témpano se necesitaron diez grandes bloques de hielo, de 120 kg cada uno, esculpidos por el artista Steve Armance, ganador de numerosos premios internacionales. Se necesitaron seis horas para recrear esa escultura de formas femeninas. Además, presenta una botella de Campari realizada a mano por Walter Saro, especialista en recrear efectos de cócteles.

Campari: Americano y botella de Campari.

VESTUARIO

Fotografía del Calendario Campari: Zapatos de piel de Walter Steiger

Imágenes Behind The Scene : vestido de Paule Ka / zapatos de piel de Walter Steiger / anillo y collar de Swarovski

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD!
BABY!

Page 8 of 18

DAY 1 – Enero



Una sedosa ola que lo cubrirá todo aparece detrás de Milla. *No todas las olas inmensas proceden del océano.*

Shooting: el segundo disparo del día muestra una brillante ola de tela azul satinada que forma parte del vestido de Milla, ilustrando la fuerza del agua. En el mismo escenario pero con un nuevo estilismo, Milla evoca el mismo sex appeal que en el primer disparo. Milla aparece con una peluca larga y ondulada que encaja perfectamente con su color de pelo, acariciado por el viento mientras se enfrenta a una ola artificial de diez metros creando un espectáculo visual.

Campari: Botella Campari.

VESTUARIO

Vestido de Yann Weber/ vestidos de brillantes de Walter Steiger / collar y brazaletes de Swarovski.

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD
BABY!

DAY 1 - Diciembre



Milla es el corazón de la explosión, y crea más mundos y posibilidades. *Como el Big Bang, una explosión puede también crear vida, no solo destruirla.*

Shooting: en el último shooting del día Milla llevó un vestido de Swarovski que pesaba siete kilos. Los cristales se utilizaron con el objetivo de crear un efecto de burbujas en la cámara, pero solo un efecto ya que el vestido no aparecerá en la foto final. Este recurso lo utilizará Dimitri para juntar ambas imágenes y crear una imagen final explosiva. Con un aspecto también explosivo, Milla aportó energía real a su pose, con un voluminoso peinado y un maquillaje deslumbrante, moviéndose bajo el ritmo de una música muy energética.

VESTUARIO

Imágenes Behind The Scene: vestido de Swarovski.

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD!
BABY!

Page 10 of 18

DÍA 2 - Julio



Un torrente de lava roja sale de Milla como si se tratase de un volcán. *Hay un volcán dentro de todos nosotros. Déjalo salir.*

Shooting: sobre un espectacular escenario, Hervé Sauvage y el magnífico equipo dirigido por el estilista Yann Weber, crean un volcán en el que Milla está perfectamente integrada. Representando la pasión roja de Campari, Milla lleva un vestido de lava con burbujas rojas, muestra de la violencia e intensidad del volcán. En cuanto al peinado y maquillaje, lleva una sombra de ojos negra difuminada y labios rojos brillantes, que le dan a Milla un aspecto muy intenso y real. Como ocurre con cada disparo de este calendario Campari 2012 cada pequeño detalle contribuye a crear una imagen general que se completa con una cuidadosa postproducción. Ese brillo se realiza además con lava para ilustrar la erupción del volcán.

Campari: [Campari Orange Passion.](#)

VESTUARIO

De Yann Weber / anillo rojo avioletado y pendientes de Swarovski.

DÍA 2 - Agosto



El mundo es golpeado por el poder de Milla mientras ella alcanza el paraíso con Campari a través de un estallido de energía eléctrica. *No hay nada más impresionante que la caída de un rayo desde el cielo.*

Shooting: para la segunda sesión al final del día, Hervé, diseñador del escenario, crea una obra de arte excepcional para representar el fondo. 10 metros de alto y ancho de papel negro cubren toda la pared, cortándose hasta revelar una forma luminosa. Para recrear el efecto final, una luz brillante y amarilla se sitúa detrás de la pared, representando el rayo que atraviesa poderosamente la imagen. En la última escena, el vestido de Milla fue especialmente creado para esta ocasión, reflejando el tema del calendario con una sutileza asombrosa. De tejido brillante y negro intenso, combina a la perfección con la oscuridad de la noche. El pelo de Milla añade a la escena un toque de poder.

Campari: botella Campari

VESTUARIO:

Vestido diseñado por Yann Weber/ sandalias negras de estrás diseñadas por René Caovilla/ collar de Pandora y brazaletes de oro blanco y diamantes de Messika

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD
BABY!

Page 12 of 18

DÍA 3 - Abril



Una diosa de otro planeta, Milla sujeta el mundo en algunas de sus manos mientras sostiene la botella de Campari con las otras. *Esta es la prueba de la invasión alienígena: mujeres de otro planeta.*

Shooting: una toma para crear, con un sencillo peinado, la perfecta primera escena del día. Con un magnífico vestido de Stephan Rolland Bordeaux, adornado con piedras preciosas, Milla posa en un escenario sobre suelo de arena roja, recreando así los elementos de la tierra. El equipo crea un único globo, rojo y brillante (el mundo), que Milla sostiene en algunas de sus manos, mientras utiliza las otras para verter Campari.

Campari: [Campari On The Rocks](#) y botella Campari.

VESTUARIO

Vestido largo drapeado color vino de radzimir y guantes de piel de Stéphane Rolland.

DÍA 4 - Marzo



Milla sale de la tierra agrietada y encuentra un Campari para satisfacer sus deseos. *Algunas bellezas florecen incluso en el desierto.*

Shooting: otro complejo escenario, cada sección del desierto se corta para ser pintada por separado. Después se ordenan juntas para componer el suelo, para crear un equilibrio. Milla lleva puesto un vestido color mostaza claro diseñado por Stéphane Rolland. En cuanto a los complementos, Milla lleva joyería vintage diseñada por Paco Rabanne.

Campari: [Campari Mojito](#).

VESTUARIO

Vestido largo drapeado de organza de Stéphane Rolland /collar de estrás de Paco Rabanne.

DÍA 3 - Febrero



Milla, impresionante y atrevida se sitúa en el centro de la tormenta mientras se arrastra a través del tornado. *Por esta razón, a los huracanes con frecuencia se les dan nombres de mujer.*

Shooting: este es el último disparo del día, y uno de los más impresionantes en cuanto al estilismo del pelo de Milla, que se transforma en un huracán. Así, utiliza una peluca que amplía el efecto. Este es capturado por la cámara a través de paneles pintados de manera especial que se utilizan como fondo de escenario para crear una gran sensación de movimiento.

Campari: Campari Agitado.

VESTUARIO

Imágenes Calendario Campari: vestido ligero de Izmaylova / anillo de oro blanco y diamantes de Vhernier

Imágenes Behind The Scene: anillo de oro blanco y diamantes de Vhernier

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD!
BABY!

Page 15 of 18

DÍA 4 - Noviembre



Milla irradia vida y pasión con un Campari Spritz en la mano. Mientras, el mundo se calienta a su alrededor. *Esta es más que razón suficiente para que la temperatura de la tierra continúe aumentando.*

Shooting: en esta toma, Milla lleva un impresionante vestido que se derrite sobre su cuerpo. Su cabello cuenta con un estilismo especial para que parezca que se derrite debido a las altas temperaturas. El sol luce tan real que simula una extraña calidez en el escenario (una buena excusa para disfrutar de un cóctel a base de Campari).

Campari: Campari Spritz.

VESTUARIO

Vestido y guantes satinados diseñados por Yann Weber / collar de pinchos de seda con oro negro y diamantes de Messika.

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD!
BABY!

Page 16 of 18

DAY 4 - Octubre



Milla aparece en medio de la noche en el cielo estrellado con una botella de Campari. *Esquivar un meteorito es suerte, pero a veces es mejor ser golpeado.*

Shooting: este es uno de los escenarios más rápidos en cuanto a la producción. Sin embargo, el efecto es sorprendente, el estudio se sumerge en la oscuridad para la toma.

El pelo de Milla está brillante, mojado, y luce deslumbrante brillantina. La primera toma, antes de la postproducción, está fuera de su mundo. En la toma final el pelo de Milla está hecho de Campari, un líquido rojo es capturado por Dimitri en otra toma.

Campari: Botella de Campari.

VESTUARIO

Top brillante de Manish Arora / anillo de oro rosa de Vhernier.

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD,
BABY!

Page 17 of 18

DÍA 4 – Mayo



El esplendor de Milla escapa de los escombros del mundo. *A veces unos ojos brillantes causan más daño que la polución.*

Shooting: el diseñador del escenario y su equipo comienzan a trabajar muy temprano. Así, preparan el decorado con trizas de papel. El rojo brillante de Campari permanece al lado de Milla, que luce un maquillaje y un peinado sorprendente

Campari: Negroni Equivocado.

VESTUARIO

Sweater negro en crêpe cubierto con vestido de organza con mangas en negro Stéphane Rolland/
/ brazaletes de diamantes de Messika

DÍA 4 - Junio



Un mensaje dentro de una botella de Campari que flota mientras Milla emerge del agua con un vestido que sepulta el mundo como si se tratara de una inundación causada por una tormenta. *Hay sólo una cosa que una inundación no puede sumergir, la tenacidad de una mujer.*

Shooting: de nuevo, el diseñador del escenario y el estilista trabajan de manera conjunta para crear el ambiente adecuado. Así, el escenario combina a la perfección con el vestido de Milla. Tanto el estilista como el diseñador utilizan los tonos verdes y azules para crear el efecto del agua en el cuerpo de Milla. El agua se vierte sobre el pelo de Milla con gotitas que atrapan la luz cada vez que ella se mueve, lo que da a la imagen unos resultados asombrosos. Para crear el efecto del agua sobre el escenario se construye una “ingeniería de cataratas” dentro del estudio, otro elemento real que Dimitri transforma en la fotografía final.

Campari: Campari bottle.

VESTUARIO

Vestido diseñado por Yann Weber / collar y brazaletes de oro rosa Vhernier.

DÍA 4 – Contraportada



Milla , majestuosa e imparabile con tiras de seda naranja que arden a su paso. *Hay tormentas de fuego que nadie puede evitar.*

Shooting: el último día en el escenario para Milla, aunque no para el resto del equipo, que aún tiene que trabajar varios días en la composición de escenas adicionales. Ha sido intenso, días largos, cansancio, pero, una vez más la adrenalina les invade a todos. El vestido final es realmente épico, recrea el sentimiento real del poder- es como estar en llamas en el escenario-. Qué mejor final que la escena que realmente celebra el tema del calendario: una heroína brindando por la vida.

Campari: Campari Naranja.

VESTUARIO

Mono color brandy de Stéphane Rolland / sandalias de estrás René Caovilla / pendientes y anillo de oro rosa corneliane Vhernier.

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD
BABY!

Page 20 of 28

***Vamos a hacer un brindis.
Aquí hay un mundo nuevo,
Un año nuevo. Dejemos que una vez más la vida nos hechice ¡Salud!.***

- Fin -

AMERICANO*

3 cl de Campari
3 cl de Vermú rojo
Soda

Poner los ingredientes en un vaso con hielo. Adornar con una rodaja de naranja. Campari recomienda Cinzano Rosso.

Vaso recomendado: vaso largo

Nota: el famoso cóctel Americano nace en Milán, donde era conocido como Milano-Torino, por la procedencia de dos de sus principales ingredientes. Fue denominado como “Americano” después de que los turistas americanos se convirtieran en amantes de esta bebida.

* Cóctel oficial IBA (International Bartending Association). Los cócteles IBA son preparados en todo el mundo de acuerdo con la receta original.



NEGRONI *

2,25 cl de Campari

1 cl de vermú rojo

1 cl de ginebra

Poner todos los ingredientes en un vaso con hielo y adornar con una rodaja de naranja. Para este cóctel, Campari recomienda utilizar Cinzano Rosso.

Vaso recomendado: vaso largo

* Cóctel oficial de la IBA (Asociación Internacional de Bartending). Los cócteles de la IBA se preparan en todo el mundo según la receta original.



NEGRONI EQUIVOCADO

Nace a partir de la receta original, e incluso los aficionados al clásico Negroni son amantes de este cóctel. Resulta ideal para aquellas personas a las que les gustan las bebidas burbujeantes pero que al mismo tiempo no quieren privarse del característico sabor del Negroni.

2,25 cl de Campari

2,25 cl de vermú rojo

Pinot Chardonnay

Poner todos los ingredientes en un vaso con hielo. Adornar con una rodaja de naranja. Para este cóctel Campari recomienda la utilización de Cinzano Rosso y Cinzano Pinot Chardonnay.

Vaso recomendado: vaso largo

Notas: Negroni Equivocado es una variante del Negroni, y hoy en día es tan conocido como éste. La diferencia entre ambos cócteles reside en que la ginebra es sustituida por vino espumoso. Más suave que la receta original, el Negroni Equivocado fue creado en el histórico “Bar Basso” de Milán.



CAMPARI AGITADO

6 cl de Campari

Hielo

Agitar el Campari y poner en una copa de cóctel, preferiblemente helada.

Vaso recomendado: copa de cóctel



CAMPARI ON THE ROCKS

60 cl de Campari

Verter Campari en un vaso con hielo

Vaso recomendado: vaso largo



CAMPARI ORANGE

4 cl de Campari;

12 cl de zumo de naranja

Echar el Campari y el zumo de naranja directamente en el vaso.

Vaso recomendado: vaso de zumo

Notas: Campari con zumo de naranja o Garibaldi es uno de los cócteles más sencillos que existen, y puede ser consumido en el aperitivo o como copa larga. El nombre del cóctel rinde tributo al héroe italiano Giuseppe Garibaldi, ya que el color rojo de Campari rememora su chaqueta roja, y el color naranja hace referencia a su desembarco en Sicilia.



CAMPARI MOJITO

4 cl de Campari;

½ lima

Menta, 2 cucharadas grandes de azúcar de caña.

Un poquito de soda

Vaso recomendado: vaso de zumo

Cortar en trocitos la lima y colocarlos en un vaso, mezclar con el azúcar y machacar hasta que se disuelva. A continuación, añadir algunas hojas de menta y prensarlas suavemente. Llenar el vaso con hielo triturado, mezclar el Campari con un poco de soda y remover. Adornar con un ramito de menta.

Notas: Campari Mojito es también conocido como Mojito Italiano



CAMPARI ORANGE PASSION

4 cl de Campari
2 rodajas de naranja
1 cucharadita de azúcar de caña
Zumo de naranja
Hielo picado

Vaso recomendado: vaso de zumo

Preparar el combinado en un vaso largo. Colocar la naranja y el azúcar moreno en el vaso y triturar, añadir hielo picado, añadir Campari, y verter el zumo de naranja. Adornar con una cereza.



CAMPARI SPRITZ

6 cl of Cinzano Prosecco

4 cl de Campari

1 toque de soda

Hielo y una rodaja de naranja

Vaso recomendado: vaso largo

Añadir hielo y una rodaja de naranja, verter el Prosecco, el Campari y un toque de soda.



CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD
BABY!

¡Es el fin del mundo! ¿Qué tiene el 2012?

El 2012 es un año especial porque, según varias profecías, veremos una transformación global que conducirá al fin del mundo tal y como lo conocemos. Desde los mayas hasta la corriente New Age, muchos creen que el 21 de diciembre de 2012 entraremos en un periodo de transformación y lo que esto finalmente signifique se ha convertido en un recurrente tema de debate. Muchos creen que este cambio será para mejor y es esta positividad y la sed de vida en lo que se centra Campari en el Calendario 2012. Campari brinda con sus cócteles en celebración de la vida, independientemente de todas las hipótesis sobre el fin del mundo. En este documento se incluyen sólo algunos ejemplos de predicciones sobre lo que ocurrirá, desde las más excitantes e intrigantes hasta las más locas.

Calendario Maya

El final abrupto de la cuenta larga del Calendario Maya el 21 de diciembre de 2012 ha sido interpretado por algunos como una profecía del fin de una era y, posiblemente, del fin del mundo. El mensaje de los mayas se refiere a decidir cómo vamos a afrontar el futuro, por lo que éste podría ser un momento de transición entre una era y otra.

Reversión geomagnética

Una de las ideas vinculadas a 2012 es la de una reversión geomagnética ocasionada por un destello solar masivo que liberaría una cantidad de energía equiparable a 100 mil millones de bombas atómicas. Esta creencia se basa en observaciones que aseguran que el campo magnético de la tierra se está debilitando, lo que podría preceder a la reversión de los polos magnéticos.

Planeta X/Nibiru

Algunos de los que creen que el mundo acabará en 2012 alegan que un planeta hasta ahora desconocido llamado Planeta X o Planeta Nibiru colisionará con la tierra o pasará muy cerca de ella. Esta idea se ha visto reflejada en varios formatos desde 1995 y, originalmente, la fecha que se barajó para el fin del mundo era 2003, pero se abandonó esta idea cuando se vio que el año transcurría sin incidentes. La idea se originó gracias rumores de comunicaciones con seres alienígenas y ha sido muy ridiculizada.

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD,
BABY!

Kali Yuga

En India, el gurú Kalki Bhagavan habla de 2012 como el final de la “ilustración” del ser humano. Más de 15 millones de personas consideran que Bhagavan es la reencarnación del dios Vishnu y creen que el 2012 marcará el final de Kali Yuga, o la era de la degeneración.

Bugarach

La villa francesa de Bugarach comenzó a recibir visitas de “esotéricos”; creyentes místicos que concluyeron que la montaña local, Pic de Bugarach, es la localización ideal para acoger los eventos de transformación de 2012. En 2011, el alcalde, Jean-Pierre Delord, empezó a transmitir a los medios de comunicación internacionales su miedo a que el pequeño pueblo se vea desbordado por un influjo de miles de visitantes en 2012, e, incluso sugirió que podría llamar a las fuerzas armadas.

El I Ching

El I Ching, conocido como el Libro de los Cambios, es uno de los textos clásicos chinos más antiguos y se ha utilizado durante más de 5.000 años como una ayuda a la hora de tomar decisiones y predecir el futuro. Los hermanos McKenna, en su libro *“El Paisaje Invisible”* llegan a la conclusión del final en 2012 a través del I Ching a base de la utilización de fractales – un patrón geométrico que se repite en cada escala y que no puede ser representado por la geometría clásica.

Súper volcán

Algunos están preocupados por lo que se denomina la “súper caldera” que hay bajo el parque de Yellowstone en EEUU y por lo tanto creen que el fin del mundo será un resultado de una erupción volcánica más grande que cualquier otra que ya haya tenido lugar en la historia del ser humano. La erupción tendría lugar cuando el magma se eleve hasta la corteza terrestre pero no pueda traspasarla. Un evento de estas características ocasionaría ráfagas de millones de detritos y gases venenosos a la atmósfera y podría sumergir al mundo en un invierno nuclear ocasionando una edad de hielo o, aún peor, hacer que desaparezca la vida en partes del planeta o en el planeta al completo.



MILLA JOVOVICH

Biografía

Milla Jovovich se ha establecido con éxito como modelo y actriz y cuenta con un alto nivel de reconocimiento. Jovovich ha hecho la transición a actriz a tiempo completo y ha protagonizado más de una docena de películas.

Jovovich acaba de finalizar el rodaje de "Los tres mosqueteros 3D" en la que interpreta el papel de "Milady de Winter". Además, en ella, Jovovich trabaja junto a un elenco internacional en el que están Christoph Waltz, Matthew Macfadyen, Mads Mikkelsen y Juno Temple. Summit Entertainment lanzará esta película el 14 de octubre de 2011.

Como estrella de "Resident Evil", Jovovich repitió en el papel de "Alice" en la cuarta entrega de la saga de la mano de Sony Screen Gems. En "Resident Evil: Afterlife", Alice se encuentra en una misión para salvar a los supervivientes en un mundo destrozado por una infección vírica. Escrita y dirigida por Paul W.S. Anderson, la película se estrenó el 10 de septiembre de 2010 y ha recaudado más de 295 millones de dólares en todo el mundo.

En octubre de 2010, Jovovich protagonizó "Stone", junto al ganador de dos Oscar Robert De Niro y al nominado Edward Norton. En este film, Jovovich da vida a la mujer de un pirómano condenado (Edward Norton) que se encuentra atrapado en un juego psicológico de persecuciones con su agente de la libertad condicional (Robert De Niro). Esta película de Overture Films ha sido dirigida por John Curran.

En febrero de 2011, Jovovich protagonizó la comedia romántica rusa "Vykrutasy", que se estrenó en Rusia en el primer puesto de la cartelera. Un profesor de colegio de un pequeño pueblo ruso se enamora de una bella mujer de Moscú (Jovovich) que, a su vez, se encuentra comprometida para casarse. La película fue dirigida por Levan Gabriadze y producida por Timur Bekmambetov. Además, cuenta con Konstantin Khabenskiy e Ivan Urgant como co-protagonistas.

Jovovich ha terminado de rodar, además, dos largometrajes independientes. Uno de ellos, "Faces in the Crowd" es un thriller psicológico centrado en una mujer (Jovovich) que apenas sobrevive a un ataque de un asesino en serie y se despierta en un hospital con prosopagnosia, un trastorno cerebral que no le permite distinguir los rostros de la gente. Así, la protagonista deambula por un mundo en el que las facciones cambian cada vez que las pierde de vista. Mientras tanto, el asesino



se va acercando para deshacerse de la posible testigo. En este film, Jovovich comparte protagonismo con Julian McMahon.

En "Dirty Girl", Jovovich comparte protagonismo con William H. Macy y Juno Temple. "Dirty Girl" es una historia romántica sobre la búsqueda de identidad y el poder redentor de una amistad inesperada. Danielle (Temple) es la chica mala del instituto Norman. Cuando el mal comportamiento de Danielle hace que la envíen a educación especial, se junta con un tímido homosexual que está todavía dentro del armario y juntos emprenden un viaje por carretera para descubrirse el uno al otro a través de una amistad graciosa y casual. El film está escrito y dirigido por Abe Sylvia y Weinstein Company la estrenó el 5 de agosto de 2011.

En Julio de 2010, Jovovich rodó el papel principal de la película "Bringing Up Bobby", el debut como directora de la actriz Famke Janssen. "Bringing Up Bobby" es la historia de una estafadora europea (Jovovich) y su hijo Bobby, quienes se encuentran en Oklahoma al intentar escapar de su pasado y construir un futuro mejor. Olive y Bobby viven alegremente entre aventura y aventura hasta que el pasado criminal de Olive les termina por encontrar. Consecuentemente, debe tomar una decisión: continuar con su vida criminal o abandonar a la persona que más quiere para darle a Bobby una oportunidad de mejorar su vida.

Con once años, Jovovich fue descubierta por el fotógrafo Richard Avedon, que la incluyó en los anuncios de Revlon "Las mujeres más inolvidables del mundo". En Octubre de 1987, debutó en la revista de moda italiana Lei con su primera portada. En 1988, firmó su primer contrato como modelo.

Milla ha aparecido en cientos de revistas y decenas de portadas. Ha protagonizado campañas publicitarias para varias marcas, incluyendo a Banana Republic, Christian Dior, Damiani, Donna Karan, Gap, Versace y Etro. Milla ha sido también la imagen de los cosméticos L'Oréal desde 1998. Además, recientemente, ha figurado en campañas de ICB, Ann Taylor y Mercedes-Benz.

El temprano comienzo de Milla en el mundo del modelaje la condujo a la actuación y en 1988 apareció en su primera película, el thriller romántico "Encrucijada de pasiones" (Two Moon Junction). Su primer papel protagonista fue en "Regreso al Lago Azul" en 1991, película por la que fue nominada a "Mejor Actriz Joven en un Papel Protagonista" en los Young Artist Awards. En esta misma época, participó en varios programas de televisión y también en las películas "Kuffs, poli por casualidad" (1992), "Chaplin" (1992) y "Movida del 76" (Dazed and Confused) (1993).

El papel más notorio de Milla fue el de "Leeloo" el ser perfecto en la película de Luc Besson "El Quinto Elemento" (1997). Más tarde protagonizó varias películas de acción, además de la trilogía



de "Resident Evil", como "Ultraviolet" (2006), "Una escapada perfecta" (2009) y "La cuarta fase" (2009).

Milla ha participado también en varios dramas y comedias, entre los que cabe destacar "Una mala jugada" (He Got Game) (1998), "Juana de Arco" (1999), "El Perdón" (2000), "El hotel del millón de dólares" (2000), "Zoolander" (2001), "Dummy" (2003), "Sin motivo aparente" (2003) y "Mi ex, mi novia y yo" (2003).

En 1994, Milla lanzó su álbum de folk, *The Divine Comedy*, con muy buenas críticas. Inspirada por el amor de "los duendes y los árboles mágicos", Milla escribió las letras cuando tenía 15 años y grabó el álbum cuando tenía sólo 16. Acústicas, folklóricas y difíciles de catalogar, las once canciones de *The Divine Comedy* están adornadas con tristeza eslava y conciencia existencialista. "In a Glade" es una bella canción tradicional ucraniana que Milla canta en su lengua materna.

Milla lideró la banda Plastic Has Memory, que actuó unas doce veces en Los Ángeles y Nueva York en 1999. Aunque Plastic Has Memory nunca grabó un álbum, sí que contribuyeron con una canción, "On the Hill", a *Hollywood Goes Wild*, un CD benéfico para The Wildlife Waystation.

Milla interpretó la canción "Left and Right" en Fashion Rocks en Londres en octubre 2003. Además, cuenta con canciones en varios álbumes, incluyendo dos versiones de "Satellite of Love" en la banda sonora de "El hotel del millón de dólares" (2000), "Rocket Collecting" en la banda sonora de "Underworld" (2003), y "Shein Vi Di L'Vone" y "Mezinka" (canciones *yiddish klezmer*) en la banda sonora de "Dummy" (2003).

Milla ha colaborado con Puscifer (Maynard James Keenan de Tool y de A Perfect Circle) varias veces. Cantó en "Rev 22:20" en la banda sonora de "Underworld" (2003) y también en el remix de Renholder de la canción de The Cure "Underneath The Stars" en la banda sonora de "Underworld 3: La Rebelión de los Licántropos" (2009). Milla también canta en "The Mission" y actuó en directo con Puscifer en The Pearl en Las Vegas el 13 de febrero de 2009. Milla también colaboró en "We Are Family" (2001), en un CD benéfico para la Cruz Roja Americana, "Former Lover" en el álbum de Deepak Chopra *A Gift of Love II: Oceans of Ecstasy* (2002) y "I Know It's You" de The Crystal Method (2004). Milla continúa escribiendo demos que están disponibles de forma gratuita. Se anima a sus seguidores a que disfruten de ellas y hagan sus propios remixes, pero no se pueden vender.

Jovovich-Hawk es una línea de moda fundada por Milla y Carmen Hawk en 2003, Jovovich-Hawk fue una de las finalistas en 2006 en la iniciativa del Council of Fashion Designers of America (CFDA) y la Vogue Fashion Fund. La popular cadena de establecimientos de moda Mango lanzó una

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD
BABY!

colección de Jovovich-Hawk para la colección MNG en 2007. La colaboración Jovovich-Hawk finalizó en 2008.

Milla es embajadora de amFAR (fundación para la investigación sobre el Sida) y apoya además a otras ONG entre las que están OCFR (fundación para la investigación sobre el cáncer de ovarios), The Dian Fossey Gorilla Fund, el Proyecto Wildlands y el Centro para el Patrimonio de la Humanidad de UNESCO.

Cuando no está rodando, Milla vive en Los Ángeles con su marido y su hija, Ever.



DIMITRI DANILOFF

Biografía

Nacido en 1970, Dimitri Daniloff descubrió su pasión por la fotografía por casualidad mientras estudiaba un curso de ciencias y recibió una cámara como regalo. “Para mí fue como una revelación”, recuerda con cariño Daniloff. Tan solo necesitó un día para experimentar con la cámara y descubrir esta gran pasión. Inmediatamente dejó sus estudios y empezó a trabajar en fotografía. Una vez terminado su periodo de aprendizaje, comenzó su carrera como ayudante, lo que le permitió viajar por toda Europa y Estados Unidos antes de convertirse en fotógrafo independiente en 1998.

Dimitri está obsesionado con vivir el presente y pre-vaciar el futuro. Sus series “cubistas” demuestran su acercamiento al futurismo, cuyo propósito es exceder los límites de la imagen, reinventar y traspasar esa línea divisoria. Su creatividad viene envuelta en distorsiones eruditas y manipulaciones que le han permitido crearse notoriedad en la fotografía mundial contemporánea.

Daniloff ha adaptado la estética digital para crear un renacimiento en la fotografía publicitaria, la cual considera que está en crisis desde inicios del siglo XXI. Trabaja constantemente para encontrar un subterfugio con el que hechizar a la gente.

Este fotógrafo francés ganó el León de Oro de Cannes en 2003 con una campaña de PlayStation que fue expuesta en el Museo de Artes Decorativas de París y en el Louvre, representando así a una nueva generación de fotógrafos.

Premios: Gran Premio de Cannes (2003), León de Oro de Cannes (2005), Gran Premio de Gráfica, Oro a la mejor campaña en prensa escrita, Premios Andy 2004, Premios Clio (dos bronce).

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

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

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

Su trabajo está presente en Francia, Alemania, Gran Bretaña, Asia y Estados Unidos.



BOB KUNZE-CONCEWITZ
CEO, Gruppo Campari
Biografía

Bob Kunze-Concewitz fue nombrado CEO de Gruppo Campari en mayo de 2007. Así, continuó desarrollando la filosofía del grupo con dos grandes líneas estratégicas; adquiriendo nuevas marcas y asegurando el crecimiento de las ya adquiridas.

Se unió al Gruppo Campari en 2005 como director de marketing desarrollando y poniendo en marcha nuevas estrategias para las principales marcas internacionales del grupo. Bob comenzó su carrera internacional en Procter & Gamble desempeñando funciones en las que incrementó su responsabilidad en el ámbito internacional.

Desarrollando distintas tareas en planificación estratégica y en propiedad de negocio, se convirtió en director de marketing corporativo de la división global de productos de prestigio.

Ciudadano austriaco nacido en Turquía, Bob estudió y trabajó en numerosos países. Asistió a escuelas francesas en Turquía y Alemania y se graduó con matrícula de honor en la Universidad de Económicas de Hamilton, EEUU. Cursó un MBA en la Universidad de Manchester y habla con fluidez cinco idiomas (Inglés, alemán, francés, italiano y turco) y ha trabajado en Italia, Alemania, Gran Bretaña, Francia, Benelux, EEUU y Suiza.