

CAMPARI®

DÉVOILE UNE CAMPAGNE PHOTO INÉDITE
RÉALISÉE PAR FREDERIC DE PONTCHARRA
AU CŒUR D'ÉTABLISSEMENTS ALORS FERMÉS
ET QUI SE PRÉPARENT À ROUVRIR.

Depuis 160 ans Campari accompagne la vie des restaurants, bars et hôtels. Une marque emblématique, devenue un incontournable du bar et qui nourrit depuis sa création des liens étroits avec les arts. A l'intersection de ces territoires, l'idée est née de donner une place de choix à ceux qui donnent vie à Campari depuis toujours, dans une période socialement et économiquement complexe ; de poser un regard sur le milieu du bar en cette période exceptionnelle.

Huit établissements parisiens ont ouvert leurs portes le temps d'une séance photo, sous l'œil du réalisateur et photographe Frederic de Pontcharra. Une série qui révèle la beauté parfois endormie de bars, hôtels, restaurants et ceux qui les animent, avant leur réouverture au public.



Danico

Huit établissements parisiens aux codes et signatures variés, représentatifs des goûts éclectiques de beaucoup de clients et de la versatilité du bitter rouge italien :

Bonhomie - Danico - L'Hôtel de Crillon - Le Hibou - Le Murat - Le Sinner Hôtel - Lulu White - Harry's Bar.

Nom de code : **Campari Unlocks the Unexpected**

Sublimer les établissements au repos, donner une place inédite aux patrons d'établissements et barmen. C'est ce qui a animé Campari et ses équipes dans la conception de cette série shootée à Paris, en seulement quelques jours, au cœur de huit établissements alors fermés au public et qui ont ouvert leurs portes en grand, avec le sourire et l'envie de partager ce qui les anime : le lien avec leurs clients, le bien recevoir.

Le parti pris de cette campagne inédite se veut ainsi sans jugement, pour offrir un instantané d'un lieu « dans son jus » et incarné par une personne y travaillant.

Pour ce premier projet avec Campari, Frederic de Pontcharra a réalisé une série de 16 clichés mettant en scène barmen, restaurateurs et propriétaires, chacun avec un cocktail Campari, dans un contexte inédit, à l'instar de la fermeture de ces lieux de vie que sont leurs établissements.

Frederic de Pontcharra réalise une campagne inédite pour Campari

En proposant des champs d'expression libres et multiples, la marque milanaise aime donner carte blanche à des artistes : de Fortunato Depero en 1925, à Stefano Sollima, en passant par Anne-Flore Cabanis ou encore Mario Testino pour n'en citer que quelques-uns...

Pour ce projet nommé **Campari Unlocks the Unexpected**, la marque a fait appel à Frédéric de Pontcharra, réalisateur et photographe connu pour la réalisation des clips de Suzane, Booba, Damso, Shaka Ponk ou encore Caravan Palace pour ne citer qu'eux. A la genèse du projet : la volonté de poser une esthétique artistique sur le repos forcé des hôtels, bars et restaurants et de souligner la dignité, la passion, des patrons pour leur métier.

« Je me suis intéressé à capturer la dimension d'un établissement totalement vide avec des cadres assez larges et d'y intégrer deux personnages : le barman ou le propriétaire du lieu et un cocktail Campari. Loin des codes de la démonstration, l'idée est plutôt de construire un tableau, une scène que chacun pourra interpréter comme il le souhaite. »

« **Le propos devait rester simple et limpide, c'est à dire assez neutre dans sa fabrication, pour frapper d'une évidence un instantané de la situation. Je me suis focalisé sur l'ambiance particulière que dégagent ces lieux vides alors qu'ils sont généralement très animés.** Mon travail a alors consisté à mettre en lumière les volumes et de trouver un angle décrivant l'espace vide et l'identité de chaque endroit. Nous n'avons pas cherché dans l'absolu à « raconter » le bar, le comptoir en tant qu'objet, n'est pas toujours présent sur l'ensemble de la série. Il nous a paru plus pertinent de souligner le lieu dans son ensemble et dans une forme plus inhabituelle. »



Un ton qui sublime ces lieux de création, sans nostalgie et propose une vision presque cinématographique. Comme un reportage.

« *Il s'agit avant tout d'être témoin d'une période, dans une démarche artistique de portrait. Le ton n'est pas documentaire, et aucun cas emprunt volontairement d'une nostalgie, même si parfois la situation actuelle en imprègne l'interprétation.* »

Frédéric de Pontcharra

Point commun entre Frederic de Pontcharra et Campari : un lien fort avec le cinéma (Campari, fournisseur officiel de la Mostra de Venise, notamment). Les photographies ont donc été pensées en format paysage et le photographe a fait appel à Pierre Jouvion - Directeur de la photographie avec qui il collabore régulièrement pour des fictions.

« Tout d'abord parce qu'il me paraissait primordial d'être assez neutre dans le propos, je ne voulais ni être racoleur, ou alarmiste mais souhaitais une imagerie décalée, une ambiance exploitée d'une mise en lumière particulière qui selon moi servait une vision plus détachée du contexte. Le postulat de mise en scène était d'évoquer l'attente, un sentiment d'arrêt, de suspension et en même temps d'y injecter un regard vers l'avenir, ou une projection espérée, avec des personnages regardant vers l'extérieur. »

Dans chacun des huit établissements qui ont ouvert leur porte, Campari et Frédéric de Pontcharra se sont adaptés à la configuration du moment, pour ne pas trahir l'authenticité des clichés.

BONHOMIE



1A

BONHOMIE



1B

DANICO



2A

DANICO



2B

L'HÔTEL DE GRILLON



3A

L'HÔTEL DE GRILLON



3B

LE HIBOU



4A

LE HIBOU



4B

LE MURAT



5A

LE MURAT



5B

LE SINNER HÔTEL



6A

LE SINNER HÔTEL



6B

LULU WHITE



7A

LULU WHITE



7B

HARRY'S BAR



8A

HARRY'S BAR



8B

« Cette série de photo d'endroits magiques nous invite à les découvrir sous un angle inédit et inattendu afin de sublimer notre envie d'y retourner dès que ce sera possible. »

Géraud de la Noue,
Directeur Général de Campari France Distribution



Le Sinner Hôtel

ZOOM SUR FREDERIC DE PONTCHARRA

Animé par une passion dévorante pour la photographie, le cinéma et les arts visuels en général, Fred de Pontcharra a travaillé pendant plusieurs années comme Directeur de la Photographie, affinant au fil du temps ses compétences derrière une caméra. Désormais réalisateur et photographe confirmé, Fred développe une mise en scène bourrée d'énergie. Son expérience de directeur photo lui confère un œil certain sur les compositions visuelles de ses plans, tant au cadre qu'à la lumière. Sa liberté qu'il défend corps et âme signe son indépendance, c'est ainsi qu'il est venu à la photo à l'âge de 19 ans. Seul avec son objectif, il se passe d'abord de modèle vivant.

Ce qu'il sait, c'est qu'il ne sait pas : ainsi il se nourrit de voyages, de musiques, de rencontres, avale des tonnes de films pour construire ses mises en scène où il intègre peu à peu des personnages. La beauté selon lui, c'est « quand l'imperfection semble parfaite ». Ce jeune artiste qui n'use que très peu de parole pour s'exprimer intègre petit à petit l'humain dans la création. Il constate l'impuissance face aux choses de l'immuable tout en lui accrochant une touche d'utopie en boutonnière... Ses personnages semblent venir du cinéma et nous racontent des histoires comme les peintures des anciens. Aujourd'hui, Frédéric de Pontcharra s'est bel et bien affirmé au milieu du paysage audiovisuel grâce à ses nombreuses réalisations dans la pub, le clip, le cinéma et sa patte artistique.

CAMPAGNE RÉALISÉE AVEC :

1A-1B : **BONHOMIE**

22 Rue d'Enghien 75010 Paris
Apostolos VALLERAS - General Manager

2A-2B : **DANICO**

6 Rue Vivienne 75002 Paris
Nicolas DE SOTO - Propriétaire

3A-3B : **L'HÔTEL DE CRILLON**

6 Place de la Concorde 75008 Paris
Yann DANIEL - Directeur du bar Les Ambassadeurs

4A-4B : **LE HIBOU**

16 Carrefour de l'Odéon 75006 Paris
Stéphane PICAUT - Directeur des bars groupe Bourdoncle

5A-5B : **LE MURAT**

1 Boulevard Murat 75016 Paris
Laurent CARSAULT - Directeur

6A-6B : **LE SINNER HÔTEL**

116 Rue du Temple 75003 Paris
Alexandre CHIKHE - Chef Barman

7A-7B : **LULU WHITE**

12 Rue Frochot 75009 Paris
Ben COOPER WILSON - Head Bartender

8A-8B : **HARRY'S NEW YORK BAR**

5 Rue Daunou 75002 Paris
Raphaël Guingan - Barman

Pour Campari, cette campagne témoigne d'un élan optimiste et d'un soutien indispensable à partager avec les établissements et les clients.

À PROPOS DE CAMPARI

Campari est un classique contemporain. La recette, secrète et inchangée, a vu le jour à Novara en 1860, et constitue la base de certains des cocktails les plus célèbres au monde. Campari est un spiritueux obtenu à partir de l'infusion dans de l'alcool et de l'eau, d'herbes, de plantes aromatiques et de fruits. Avec sa couleur rouge vif, son

arôme intense et sa saveur caractéristique, Campari a toujours été un symbole d'art de vivre à l'italienne. Il est l'ingrédient incontournable de grands cocktails tels que le Campari Tonic, l'Americano ou le Negroni. Ces valeurs ont rendu la marque Campari célèbre partout dans le monde.

À PROPOS DE CAMPARI FRANCE DISTRIBUTION

Campari France Distribution (CFD), filiale française de Campari Group, est spécialisée dans la distribution sur le marché français d'un portefeuille complet de marques internationales de spiritueux, vins et champagnes. Dans la catégorie des spiritueux, CFD distribue de nombreuses marques appartenant à Campari Group telles que Aperol, Campari, Cynar, Glen Grant, Appleton Estate, Grand Marnier, Bulldog Gin, Bicken's Gin, SKYY Vodka, et Sagatiba. CFD distribue également les marques de Beam Suntory International : Jim Beam, Maker's Mark, Knob Creek, Bowmore, Laphroaig, Auchentoshan, Glen Garioch, The Ardmore, Teacher's, Connemara, Kilbeggan, The Tyrconnell, Larios, Roku, Sipsmith, Sauza, Midori, Courvoisier ainsi que les whiskies japonais Hibiki, Yamazaki, Hakushu, Toki et The Chita, les marques de The Edrington Group : The Macallan, Highland Park, The Glenrothes, Brugal. Le portefeuille est

complété par Williamine Morand, Mandarine Napoléon, Whyte & Mackay, Muscat de Frontignan, Tio Pepe et le whisky français Alfred Giraud. Dans la catégorie des vins, CFD distribue une large sélection des plus grands terroirs français et étrangers, issus de maisons réputées. On y retrouve l'ensemble des vins de Baron Philippe de Rothschild SA, dont Mouton Cadet, vin de Bordeaux AOC, mais également, les Côtes de Provence Minuty, les vins de la Vallée du Rhône de la maison Brotte, les vins de Loire Sève d'Henry Marionnet. Parmi les terroirs étrangers figurent les vins d'Espagne de la maison familiale Torres, les vins italiens Zonin, ou encore les Portos Graham's de Symington Family Estates, sans oublier les marques de champagne Pol Roger et Brimoncourt, ainsi que les proseccos Riccadonna (appartenant à Campari Group) et Zonin.

Pour plus d'informations : www.camparifrance.fr

#Campari #Unlocktheunexpected
@Camparifr

CONTACTS | **rpca** |

T. 01 42 30 81 00

Cécile Debie - c.debie@rpca.fr

Estelle Chapelot - e.chapelot@rpca.fr