



Amaro Montenegro celebra l'amicizia, Spalletti e Totti insieme nel nuovo spot

Descrizione

(Adnkronos) - Amaro Montenegro, nato a Bologna nel 1885, festeggia i suoi 140 anni con una nuova campagna che celebra le relazioni autentiche, quelle dal "Sapore Vero". Da sempre al centro della comunicazione di Amaro Montenegro, l'amicizia torna protagonista nel nuovo spot, on air dal 27 ottobre. Link al video: https://youtu.be/f3yzRL0b__8.

A rendere ancora più speciale questo progetto di comunicazione sono Francesco Totti e Luciano Spalletti, protagonisti di un'amicizia che si ricompone dopo un periodo di incomprensioni che hanno fatto parlare tutta Italia. Le due icone del calcio avevano espresso pubblicamente il desiderio di ritrovarsi, in virtù delle tante emozioni vissute insieme. Amaro Montenegro, ha colto questa occasione unica per mettere la parola fine ai dissensi e raccontare una storia di amicizia in uno spot che racconta un "duello moderno" dal tono ironico.

Non a caso, accanto allo storico payoff "Sapore Vero" e al celebre sound logo "riarrangiato per l'occasione in chiave Western" debutta la nuova line di campagna "Dove c'è Amicizia", che sottolinea il territorio di comunicazione di Amaro Montenegro incentrato sull'amicizia vera, senza filtri. "Con questo nuovo progetto, lanciato in occasione dei 140 anni di Amaro Montenegro spiega Alessandro Soleschi, Chief Marketing Officer Spirits di Gruppo Montenegro "celebriamo i valori che da sempre contraddistinguono il brand: amicizia e autenticità. Lo facciamo suggellando il primo incontro ufficiale tra Totti e Spalletti, che si ritrovano al bancone del bar per un brindisi dal Sapore vero".

Per celebrare un anniversario così importante aggiunge Leonardo Guerra Seragnoli, che ha curato la creatività dello spot, in veste anche di regista e produttore esecutivo "abbiamo scelto di raccontare l'essenza di Amaro Montenegro da una nuova prospettiva. Se in passato abbiamo mostrato l'amicizia capace di compiere imprese impossibili, questa volta volevamo esplorare la sua forza nel ritrovarsi, anche dopo le incomprensioni".

Lo spot è ideato da Leonardo Guerra Seragnoli e Vincenzo Vigo, Ceo di Mosquito e consulente di comunicazione di Gruppo Montenegro, in collaborazione con LGS SportLab e con la voce narrante di Filippo Timi. "reinterpreta il mondo Western in chiave urbana. Il "duello moderno" tra i

protagonisti si svolge tra le strade di Roma, con uno stile visivo curato che dÀ allo spot un tocco cinematografico. Il momento clou? Davanti al bancone di un bar, la tensione si scioglie nella domanda: â??Liscio o con ghiaccio?â?•. Un gesto semplice, il brindisi, che diventa il simbolo perfetto di unâ??amicizia che grazie ad Amaro Montenegro ritrova il suo sapore autentico.

La campagna, declinata nei formati 60â?•, 30â?• e 15â?•, Ã" visibile in TV, al cinema, sulle principali piattaforme digitali e calcistiche, e su impianti Digital Out Of Home a Milano, Roma e Napoli a partire dal 27 ottobre.

â??

sport

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

- 1. Comunicati

Tag

- 1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 28, 2025

Autore

redazione