



COMUNICATO STAMPA

IL VERMOUTH ROSSO ANTICO COMPIE SESSANT'ANNI: DA SIMBOLO DELL'APERITIVO ITALIANO DEGLI ANNI '60 A INGREDIENTE CULT PER LA MISCELAZIONE

Con circa 50mila litri venduti nell'ultimo anno, Rosso Antico cavalca la crescita del segmento dei vermouth, che in Italia si colloca tra le prime 10 categorie del mercato Spirit a volume.

Bologna, 16 novembre 2022 – Compie sessant'anni Rosso Antico, icona dell'aperitivo italiano degli Anni '60 e '70, che celebra la sua anima nobile e versatile, guardando a nuove modalità di consumo. Era il 1962 e, dall'esperienza liquoristica della Distilleria Jean Buton di Bologna, nasceva il vermouth oggi di proprietà di Gruppo Montenegro, che guadagnò in breve tempo l'appellativo di "Principe degli aperitivi".

Negli anni del boom economico e delle nuove tendenze ispirate dai cambiamenti negli stili di vita e nei consumi, Rosso Antico divenne ben presto un'icona del suo tempo. A decretarne la fama, il celebre slogan "L'aperitivo che si beve in coppa", le apparizioni nel programma Carosello con testimonial d'eccezione come Charles Aznavour, Fernandel e Gino Cervi e le rivisitazioni dell'iconica bottiglia firmate da Salvador Dalì.

*"Con questa importante eredità alle spalle - dichiara **Gianluca Monaco, Marketing & New Businesses Director di Gruppo Montenegro** - abbiamo voluto celebrare l'Anniversario di Rosso Antico attraverso una strategia di comunicazione che, guardando alle origini nobili del prodotto, valorizzasse la sua versatilità in miscelazione, in particolare come ingrediente principe di uno dei cocktail più amati, l'Americano. Un approccio che si è rivelato un vero punto di forza per ampliare il target di consumatori e per rafforzare il nostro posizionamento sul mercato italiano, dove nell'ultimo anno abbiamo venduto quasi 50mila litri. Segnali positivi, questi ultimi, in linea con il trend generale del vermouth, che in Italia si colloca tra le prime 10 categorie del mercato Spirit a volume^[1] e si conferma un segmento vivace soprattutto nel fuori casa (+60% nell'ultimo anno)^[2]".*

Ufficio stampa Gruppo Montenegro | INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione

Viviana Laudani 345 5637681 | v.laudani@inc-comunicazione.it

Mariarosaria Di Cicco 340 2302008 | m.dicicco@inc-comunicazione.it

Claudia Cantonetti 348 6347632 | c.cantonetti@inc-comunicazione.it

ROSSO ANTICO

Nel 1820 Jean Buton – mastro distillatore della casa imperiale di Napoleone I – lascia la Francia per stabilirsi in Italia, a Bologna, dove fonda la prima distilleria italiana a vapore. È il 1962 quando, dall'esperienza liquoristica della Distilleria J. Buton, nasce Rosso Antico, un aperitivo originale a base di vino dal sapore deciso e dall'iconica bottiglia. Sono gli anni del boom economico e le occasioni di brindare non mancano mai: Rosso Antico, con la sua celebre bevuta in coppa, liscio con scorza d'arancia, diventa un'icona del tempo tanto da guadagnarsi l'appellativo di Principe degli aperitivi. Complice del suo successo le celebri produzioni realizzate per il Carosello con testimonial d'eccezione come Charles Aznavour, Fernandel e Gino Cervi. La sapiente unione di vini bianchi selezionati e di 33 erbe aromatiche danno vita a un vermouth dal profilo aromatico particolarmente complesso, tra queste spiccano tre specie di artemisie e l'Ireos Fiorentina, varietà di iris tra le più pregiate, che dona al vermouth la sua tipica nota floreale. Perfetto in cocktail classici a base vermouth, come l'Americano, o liscio in coppa come si beveva una volta. Scopri di più su: www.rossoanticoaperitivo.it

[1] Fonte: IRI – All Channels, MAT 28.08.2022, V. Volume

[2] Fonte: IRI – Grossisti, MAT 28.08.2022, V. Volume



GRUPPO MONTENEGRO

Fondato nel 1885, Gruppo Montenegro è una realtà imprenditoriale italiana leader di mercato nei settori alimentare e bevande alcoliche che vanta brand da sempre nell'immaginario degli italiani: Amaro Montenegro, Vecchia Romagna, Infusi Bonomelli, Thè Infrè, Olio Cuore, Spezie Cannamela, Polenta Valsugana, Pizza Catari.

Iconici simboli del Made in Italy, rappresentano al meglio la costante ricerca dell'eccellenza nel rispetto della tradizione e l'attenzione particolare alla qualità dei prodotti e alla loro sostenibilità che da sempre contraddistinguono Gruppo Montenegro.

Grazie ad una solida rete distributiva nazionale e internazionale, i brand del Gruppo si confermano ancora oggi dei veri e propri ambasciatori della cultura e della tradizione italiana. Scopri di più su <http://www.gruppomontenegro.com/>

^[1] Fonte: IRI – All Channels, MAT 28.08.2022, V. Volume

^[2] Fonte: IRI – Grossisti, MAT 28.08.2022, V. Volume