



Comunicato stampa

AMARO MONTENEGRO CELEBRA L'AMICIZIA, NEL NUOVO SPOT INSIEME A FRANCESCO TOTTI E LUCIANO SPALLETTI

IN OCCASIONE DEI 140 ANNI DELL'ICONICO AMARO, LA CAMPAGNA RACCONTA UN 'DUELLO MODERNO' IN CHIAVE WESTERN CHE SI RISOLVE CON UN BRINDISI DAL SAPORE VERO

Milano, 28 ottobre 2025 – 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.

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 dissapori 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 Seràgnoli, 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 - ideato da Leonardo Guerra Seràgnoli 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: *“Liscio o con ghiaccio?”*. Un gesto semplice, il brindisi, che diventa il simbolo perfetto di un'amicizia che grazie ad Amaro Montenegro ritrova il suo sapore autentico.

La campagna, declinata nei formati 60”, 30” e 15”, è 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.

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

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

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



Credits

Cliente: Gruppo Montenegro

Chief Marketing Officer Spirits: Alessandro Soleschi

Head of Marketing Core Brands: Daniele De Angelis

Global Brand Manager Amaro Montenegro: Camilla Menarini

Creatività: Leonardo Guerra Seràgnoli - Vincenzo Vigo

Selezione e talent management: LGS SportLab

Direzione creativa: Lorenza Guerra Seràgnoli

Account: Giorgia Novelli

Casa di produzione: Cinedora

Regia: Leonardo Guerra Seràgnoli

Direttrice della fotografia: Daria D'Antonio

Produttori esecutivi: Francesca Andreoli - Leonardo Guerra Seràgnoli

Producer: Cinzia Grossi

Assistente producer: Laura Ratchev

Direttore di produzione: Dino Quagliano

Casting: Alessandro Loffredi

Costumista: Mariano Tufano

Scenografo: Vito Giuseppe Zito

Fonico: Giampaolo Catanzaro

Contenuti digital: Luca Grafner - Oscar Grafner

Fotografo: Fabrizio De Blasio

Montatore: Marco Perez

Post Produzione: Flat Parioli

Colorist: Andrea Orsini

Sound design: Stefano Grosso

Mix: Giancarlo Rutigliano

Musica originale: Asaf Sagiv

Con la partecipazione di Filippo Timi in qualità di speaker

Digital: Armando Testa

Unit Digital: Fabiano Pagliara, Jacopo Morini

Social Media Manager: Eleonora Valerisce

Pianificazione media off line e on line: Initiative

AMARO MONTENEGRO

Amaro Montenegro nasce nel 1885 a Bologna per opera del giovane e appassionato erborista Stanislao Cobiانchi, che intitolò la sua creazione alla principessa del Montenegro, Elena, futura regina d'Italia. Oggi Amaro Montenegro è uno dei liquori più amati dagli italiani, grazie a una serie di caratteristiche che lo hanno reso unico: una formula segreta, fedele alla ricetta originale, che comprende 40 erbe aromatiche, sapientemente selezionate, estratte e miscelate; una bottiglia unica e inimitabile; un sapiente processo di produzione, orientato alla massima qualità; un ricco e complesso profilo organolettico, piacevolmente equilibrato fra dolce e amaro, che ben si adatta a un consumo liscio, con ghiaccio o come ingrediente ideale di cocktail classici o innovativi.

Amaro Montenegro, sapore vero. Scopri di più su: www.montenegro.it

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, Brandy Vecchia Romagna, Infusi Bonomelli, Thè Infrè, Olio Cuore, Spezie Cannamela, Polenta Valsugana, Pizza Catari. Iconici simboli del Made in Italy, a cui si aggiungono marchi



internazionali premium come Pampero, il rum da sempre emblema dello spirito indomito del Venezuela. L'attuale portafoglio rappresenta al meglio la costante ricerca dell'eccellenza nel rispetto della tradizione e l'attenzione particolare alla qualità dei prodotti e alla loro sostenibilità, valori che 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 <https://www.gruppomontenegro.com/>