# Si rinnova l'iconica bottiglia di Amaro Montenegro

180917-amaro-montenegro-bottiglia-2a4102fb

L’immagine e la forma unica della bottiglia di Amaro Montenegro si rinnovano: il sapore vero di sempre da oggi è infatti racchiuso in un’identità visiva ancor più distintiva e contemporanea, disegnata dall'agenzia di branding e design strategico Robilant Associati.

La forma della bottiglia si rafforza grazie a linee più decise e si arricchisce di due preziosi elementi in rilievo: l’anno di fondazione (1885), sulla spalla, e la firma di Stanislao Cobianchi, il genio ribelle inventore dell’amaro italiano per eccellenza, posta sul piede. L’etichetta, completamente ridisegnata e incorniciata nel vetro, viene valorizzata in tutti i dettagli: a partire dal nuovo logo, che riporta orgogliosamente la data di fondazione, passando per il medagliere, sintetizzato ed impreziosito dall’oro e dall’argento delle medaglie che raccontano dei premi vinti nel tempo, fino ad arrivare alla particolare texture sul fondo.

[embed width="560"]https://youtu.be/SdgeXLPbTVU[/embed]
La retro etichetta assume un ruolo fondamentale nel racconto di marca, anche attraverso tre eleganti effigi. Si comincia dalla valorizzazione dell’heritage, con la genesi del marchio, omaggio alla Principessa Elena del Montenegro, futura Regina d’Italia. Il racconto prosegue sottolineando la ricchezza degli ingredienti, grazie alle 40 erbe aromatiche, provenienti da 4 continenti, selezionate e lavorate secondo l’originale ricetta segreta che prevede un complesso processo produttivo. La nuova capsula in alluminio, più alta e premium, contribuisce a donare eleganza alla bottiglia anche grazie all'icona di sintesi, raffigurata nella parte superiore, che racchiude gli elementi caratterizzanti della marca: la “M” di Montenegro, l’anno di fondazione e la corona composta dalle 40 erbe aromatiche che da oltre 130 anni rendono Amaro Montenegro l’icona del sapore vero.

*“La nuova identità visiva rappresenta un’evoluzione della precedente e si inserisce in un più ampio processo di modernizzazione e sviluppo internazionale del brand, in cui rientrano anche le nostre iniziative legate al mondo dell’alta mixology. Il nuovo pack riprende in chiave moderna la forma unica*

*e distintiva di quello originale, mantenendo l'iconicità che ha fatto la storia di Amaro Montenegro. La bottiglia evolve diventando più attuale, ma il sapore vero del nostro prodotto resta lo stesso"* - commenta **Alessandro Soleschi**, Marketing Manager Spirit di Gruppo Montenegro.