Amicizia al centro della nuova campagna di Amaro Montenegro

amaro-montenegro-cover-friendship-calling-0ad2b907

L’amicizia è al centro della nuova campagna di comunicazione di Amaro Montenegro, “Friendship Calling”, ideata dall’agenzia Armando Testa. A fare da sfondo, insieme al celebre pay off “Sapore Vero”, l’iconico sound logo che compie 25 anni e che ha un ruolo centrale nella nuova campagna integrata, on air e on line fino a fine anno in TV, in radio e sulle principali piattaforme digitali.

“Grazie alle tante campagne di successo - dichiara **Gianluca Monaco**, Marketing and New Businesses Director di Gruppo Montenegro - *Amaro Montenegro è entrato nell’immaginario degli italiani come l’Amaro dal ‘Sapore Vero’ e oggi torniamo on air con una nuova campagna integrata che* ***celebra i valori del brand in maniera innovativa****. Torna protagonista l’iconico sound logo, che quest’anno compie 25 anni e che in occasione della campagna si presenta in una versione rinnovata, proprio in un momento in cui l’aumento esponenziale dei touchpoint legati al suono ha moltiplicato le possibilità di sviluppare contenuti creativi e sempre più originali”.*

[embed width="560"]https://youtu.be/wzwFaisrHR8[/embed]

Da sempre simbolo di convivialità, **Amaro Montenegro** viene **apprezzato tradizionalmente liscio o con ghiaccio**. Negli ultimi anni si sta inoltre affermando sempre di più anche in miscelazione grazie alla sua versatilità, risultato della sapiente lavorazione di 40 erbe aromatiche e di un complesso procedimento di estrazione che rendono il **prodotto unico e inimitabile**. Sono questi gli ingredienti del successo di uno dei brand più iconici d’Italia che, con “Friendship Calling”, trasforma il suo iconico sound logo in un vero a proprio richiamo dell’amicizia.

La sequenza magica delle sei note torna al centro dello spot che vede i protagonisti, alle prese con situazioni di vita quotidiana, improvvisamente attratti da un **richiamo irresistibile** che li spinge a raggiungere gli amici per un brindisi.