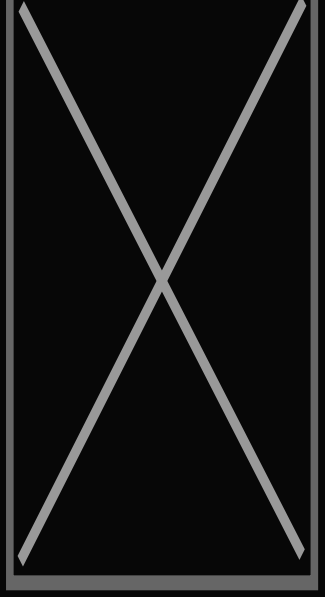
Rosso Antico celebra i primi sessant’anni e guarda al futuro

ra-bottiglie-storiche-2-8414d265

Compie sessant’anni Rosso Antico, tra i simboli 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 e si conferma un **segmento vivace soprattutto nel fuori casa** (+60% nell’ultimo anno)”.