

Corporate Heritage Awards 2025: il rebranding della storica bottiglia premia Martini



Martini ha vinto la categoria “Narrazione attraverso prodotti e brand” dei [Corporate Heritage Awards 2025](#) con il restyling della sua iconica bottiglia. Il progetto unisce tradizione e innovazione, valorizzando l’eredità dell’azienda e il suo legame con Torino per rilanciare il brand nel mercato globale dell’aperitivo.

Nel 2025, infatti, il brand si è riposizionato con una nuova bottiglia, pensata per celebrare l’aperitivo all’italiana attraverso una serie di elementi reinterpretati in chiave contemporanea. La forma ad arco, ad esempio, omaggia Torino e le sue architetture patrimonio Unesco, evocando i caratteristici portici che incorniciano i caffè storici cittadini. La zigrinatura del vetro richiama invece il neon della celebre insegna Martini in Piazza San Carlo, uno dei salotti della città. Al centro dell’etichetta campeggia il logo ball and bar, icona del marchio introdotta alla fine degli anni Venti che in quasi cent’anni ha subito pochissimi cambiamenti. La [nuova bottiglia](#) guarda inoltre al futuro con scelte sostenibili: oltre il 99% del vino usato nei vermouth Martini proviene da cantine certificate Equalitas,

contribuendo ad assicurare una completa tracciabilità e a garantire qualità e trasparenza lungo tutta la filiera. Il formato da 1 litro, poi, è stato alleggerito di 30 grammi (-5% del peso), contribuendo alla riduzione delle emissioni della carbon footprint, mentre la forma più snella consente di trasportare 48 bottiglie da 75 cl in più per pallet (+8%), migliorando significativamente l'efficienza logistica.

La capacità dell'azienda torinese di coniugare tradizione e innovazione trova fondamento in un patrimonio unico come quello dell'[Archivio Storico Martini](#), riconosciuto dal Ministero della Cultura nel 1999 come "di notevole interesse storico". Con circa 2 chilometri lineari di documenti, registri, fotografie, audiovisivi, bottiglie, poster, oggetti e materiali organizzati in fondi e raccolte (tra cui le serie storiche dal 1847, i fondi esteri e un fondo fotografico delle Terrazze Martini con oltre 50.000 immagini), l'archivio sostiene la creatività odierna e restituisce alla collettività uno spaccato prezioso della cultura d'impresa italiana.

I Corporate Heritage Awards, alla loro quinta edizione, sono promossi da Leaving Footprints, spin-off accademico dell'Università degli Studi del Sannio e dell'Università degli Studi di Napoli Parthenope, e premiano le imprese italiane che si distinguono per la valorizzazione del loro patrimonio storico e culturale attraverso progetti creativi e di impatto sociale.