Amaro Montenegro: torna la saga Totti-Spalletti. Che riparte da un segreto

ee5dfaca-f3ce-4c83-9b76-80fb70da069d

Francesco Totti e Luciano Spalletti di nuovo insieme. E questa volta è il Mister a dettare le regole del gioco dell'ultimo spot di Amaro Montenegro. Dopo il duello in chiave western del primo episodio, la saga prosegue con una nuova avventura tra mistero, suspense e ironia, ambientata nella tenuta di Luciano Spalletti a Montaione, in Toscana. In onda dall'8 novembre, il **nuovo spot** racconta un nuovo capitolo dell'amicizia tra i due protagonisti: dopo essersi ritrovati, Totti e Spalletti tornano a condividere momenti di complicità tra battute e provocazioni.

Tutto ha inizio con un invito dopo cena a casa di Spalletti. Quello che sembra un semplice incontro si trasforma però in una vera e propria missione: per raggiungere il Mister, Totti dovrà seguire le sue indicazioni in videochiamata e superare una serie di prove disseminate lungo il percorso. Tra ostacoli e momenti ironici, Francesco arriva infine alla destinazione segreta: un bar costruito su un albero, dove ad aspettarlo c'è Luciano. La missione diventa così l'occasione per ritrovarsi e brindare insieme con Amaro Montenegro. A rendere ancora più riconoscibile il racconto tornano lo storico payoff del **brand "Sapore Vero"** e il celebre jingle, riorchestrato in chiave action movie.

Torna centrale anche il tormentone "liscio o con ghiaccio?". Dopo aver affrontato tutte le prove, la prima domanda di Totti è infatti: "Ma il ghiaccio ce l'hai?". Una battuta che scioglie la tensione e apre al gesto più spontaneo: il brindisi finale con Amaro Montenegro.

Quote

Di spot in spot direi che ci stiamo ritrovando. Mi sono divertito, e ho notato che al mister piace ancora vedermi faticare.

Francesco Totti

Quote

Per girare lo spot ho invitato Francesco a casa mia; un’occasione in più per riparlare delle nostre storie, di calcio e soprattutto di vita vera. È stato bello ritrovarsi non solo sul set ma anche a tavola insieme a tanti amici.

Luciano Spalletti

La campagna è on air e online dall’8 novembre nei formati da 60”, 30” e 15”. La pianificazione comprende TV (Publitalia, Rai, Cairo, Discovery, Sky), cinema (circuito RAI), le principali piattaforme digitali, tra cui DAZN, Netflix, Amazon Prime Video e Spotify, e il presidio dei principali eventi calcistici come Serie A e Nations League. La novità è la radio, con uno spot che gioca sulla capacità di Amaro Montenegro di unire i caratteri opposti dei due talent.