vinetur

Martini svela una bottiglia ridisegnata ispirata all'architettura torinese per l'estate 2025

Il nuovo look mira ad attrarre i consumatori più giovani, enfatizzando il patrimonio italiano e la sostenibilità, con il Bianco Spritz promosso come cocktail d'autore.

martedì 1 luglio 2025


MARTINI
MARTINI
BIANCO
VERMOUTH

Martini, il noto marchio italiano di vermouth e aperitivi, ha presentato un nuovo design per la sua iconica bottiglia in occasione dell'inizio dell'estate 2025. L'azienda ha rivelato che il nuovo look trae ispirazione dalle gallerie a volta di Torino, in Italia, dove Martini ha profonde radici storiche. La nuova bottiglia mira a dare al prodotto una presenza più forte sugli scaffali, evidenziandone la qualità, l'origine e l'autenticità.

Il restyling fa parte dello sforzo di Martini di modernizzare la propria immagine e di rivolgersi a una nuova generazione di consumatori. Secondo i rappresentanti dell'azienda, la nuova forma della bottiglia non solo risalta visivamente, ma contribuisce anche a ridurre l'impatto ambientale del marchio. Martini afferma che questo cambiamento riflette un approccio contemporaneo a un prodotto classico italiano, segnalando un nuovo capitolo per il marchio.

In concomitanza con il lancio della bottiglia ridisegnata, Martini promuove il suo Bianco Spritz come cocktail irrinunciabile per l'estate 2025. Il drink è caratterizzato dal vermouth Martini Bianco miscelato con acqua frizzante e ghiaccio, che offre un profilo gustativo fresco ed equilibrato con note floreali e di vaniglia. Martini descrive il Bianco Spritz come una scelta ideale per chi ama gli aperitivi e vuole aggiungere un tocco di raffinatezza ai propri pomeriggi estivi.

La decisione dell'azienda di aggiornare il proprio packaging arriva in un momento in cui molti marchi di bevande sono alla ricerca di modi per entrare in contatto con i consumatori più giovani, pur mantenendo il proprio patrimonio. Facendo riferimento alla storia architettonica di Torino nel design della bottiglia, Martini intende rafforzare la sua identità italiana e la sua lunga tradizione nel mondo degli aperitivi.

La nuova bottiglia di Martini è ora disponibile in mercati selezionati negli Stati Uniti e in Europa. L'azienda prevede di espandere la distribuzione per tutta l'estate, sostenendo il lancio con campagne di marketing incentrate su incontri all'aperto e occasioni sociali. Gli analisti del settore notano che aggiornamenti del packaging come questo possono aiutare i marchi affermati a rimanere rilevanti in un mercato competitivo, soprattutto perché i consumatori cercano prodotti che combinino tradizione e stile moderno.

L'introduzione del Bianco Spritz come cocktail estivo d'autore fa anche parte della strategia di Martini per incoraggiare la mixologia domestica e l'intrattenimento informale. Il marchio fornisce ricette semplici e suggerimenti per il servizio, posizionando il drink come facile da preparare ma abbastanza raffinato per i momenti speciali.

La mossa di Martini riflette le tendenze più ampie del settore delle bevande, in cui la sostenibilità, l'innovazione del design e il marketing dello stile di vita giocano un ruolo sempre più importante. Con l'avanzare dell'estate, sia i rivenditori che i consumatori osserveranno come il nuovo look e il cocktail stagionale di Martini risuoneranno nei bar, nei ristoranti e nelle case di tutto il Paese.