

MONTE CARLO VERMOUTH : UNA LICENZA CHE SEGNA

Anna Khramtsova, esperta nel marketing del lusso, porta la sua visione strategica all'azienda Maison Eugène René e al [Monte Carlo](#) Vermouth, una bevanda che incarna lo spirito di raffinatezza di Monaco. Nella nostra intervista esclusiva, Anna Khramtsova rivela come questo prodotto d'eccezione, su licenza ufficiale di Monaco Brands, cattura l'essenza della Principato e perché si distingue nel mondo del lusso.

Quale filosofia vi guida nello sviluppo del MONTE CARLO VERMOUTH ?

Ci impegniamo a creare un prodotto di marca di altissima gamma che possa rappresentare il savoir-vivre e il savoir-faire monegaschi. Siamo guidati fin dall'inizio del progetto dalla tranquillità, dal sole e dalla gioia di vivere che caratterizzano il Principato, così come da luoghi mitici come il Roseto, di cui recuperiamo petali per la nostra ricetta con l'accordo del Governo del Principe.

Poi riuniamo le migliori perizie intorno al Monte Carlo Vermouth: dalla distilleria di Grasse, ispirata alla produzione di profumi con tecnologie all'avanguardia, fino alla finalizzazione in Italia con una qualità d'uva eccezionale, proveniente da vigneti piemontesi dichiarati Patrimonio dell'Umanità dall'Unesco. Senza dimenticare Monaco Brands che ci permette di sfruttare serenamente il marchio Monte Carlo.

La qualità del Monte Carlo Vermouth è stata peraltro riconosciuta quest'anno al Concorso Internazionale di Lione poiché abbiamo vinto una medaglia d'oro!

Come spiega la rinascita delle bevande dal sapore amaro ?

Si tratta della convergenza di due tendenze. Il dopo Covid è segnato dal desiderio dei consumatori di consumare meno, ma prodotti di migliore qualità.

Poi c'è un vero ritorno alla cultura della mixologia, e il vermouth è alla base di molte ricette di cocktail. È una chiara ispirazione per i mixologi e abbiamo sviluppato cocktail al Monte Carlo Vermouth con il Buddha Bar (cocktail firma di Halloween), il Trinity Cocktail Club e il Coya per esempio.

Quali sono i tre pilastri della vostra strategia di comunicazione?

In primo luogo, evidenziare la qualità del nostro prodotto. Dietro una bottiglia di Monte Carlo Vermouth si nascondono enormi competenze e know-how. Nulla è lasciato al caso, dalla complessità della ricetta agli elementi di design.

Poi mettiamo in evidenza il lifestyle monegasco. Un vero stile di vita chic segnato dal piacere di vivere ogni momento intensamente. Infine, la mixologia è il nostro principale vettore di promozione.

Siete licenziatari ufficiali da Monaco Brands. Come ha contribuito allo sviluppo del marchio e, a modo suo, del prodotto?

Monte Carlo è un marchio attraente e ha bisogno di essere protetto, difeso. Questa è la missione principale di Monaco Brands ed è importante per noi poter collaborare con questa società statale, che inoltre ci assicura che il nostro prodotto è in linea con l'immagine del Principato di Monaco.

Abbiamo discusso a lungo fin dall'inizio del progetto. Monaco Brands e il loro agente di licenza, la società Redwhite, hanno saputo fornirci preziosi suggerimenti per ancorare ancora di più la nostra ricetta a Monaco. I petali di rosa che sono integrati nella nostra ricetta sono un esempio significativo.

Come si svolge la collaborazione con Monaco Brands ?

Perfettamente bene. I loro team e il loro agente di licenza sono sempre in ascolto. La collaborazione intorno al marchio Monte Carlo è piacevole, assolutamente fluida e sempre costruttiva, con molta comprensione e discrezione. Monaco Brands è un partner di scelta per la Maison Eugène René e il suo Monte Carlo Vermouth.