

# IL NO ALCOL DIVENTA LEVA DI VALORE

**BEVANDE FUTURISTE  
ILLUSTRA IL PERCORSO  
DI SVILUPPO,  
TRA STRATEGIE  
DI MARKETING,  
SUPPORTO  
ALLA DISTRIBUZIONE  
E STRUMENTI  
CHE GARANTISCONO  
ROTAZIONE E VALORE  
DEI PRODOTTI  
NEI PUNTI DI CONSUMO**

**DI MARIA ELENA DIPACE**



**N**el fuori casa il consumo analcolico sta cambiando pelle. Non è più una scelta di ripiego, ma una proposta che richiede qualità, racconto e visibilità. Per i brand significa rendere il no alcol desiderabile; per distributori e grossisti, trasformarlo in una categoria capace di generare rotazione.

«Negli ultimi anni abbiamo osservato un cambiamento significativo nelle abitudini di consumo: sempre più persone cercano esperienze gustative autentiche, ma senza alcol», spiega Daria De Muro, responsabile marketing e comunicazione di Bevande Futuriste.

**Come avete intercettato il trend no alcol e mocktail?**

Fin dalla nascita abbiamo puntato su qualità, naturalità e identità del prodotto. Con le linee Cortese e DiFrutta abbiamo sviluppato bevande premium, biologiche e a ridotto contenuto di zuccheri, pensate non come alternative all'alcol ma come protagoniste del

NEL FUORI CASA  
IL **NO ALCOL**  
NON È PIÙ UN RIPIEGO  
MA CATEGORIA  
**STRATEGICA** CAPACE  
PER BRAND  
E DISTRIBUTORI  
DI GENERARE NUOVE  
OCCASIONI  
DI CONSUMO



momento di consumo. Questo approccio ci ha permesso di lavorare con bar, ristoranti e hotel su percorsi strutturati di food pairing e mocktail, trasformando il trend in crescita commerciale.

#### **Quali sono i pilastri della vostra strategia di marketing a supporto dei distributori?**

La strategia si basa su educazione, esperienza e visibilità. Organizziamo tasting, workshop e percorsi di food pairing per operatori Horeca, mostrando come le nostre bevande

possano accompagnare il cibo o diventare ingredienti per cocktail analcolici. A questo affianchiamo materiali promozionali, menu dedicati e attività digitali a supporto della distribuzione.

#### **Che tipo di relazione costruite con i distributori?**

Lavoriamo in logica di partnership. Offriamo formazione sul prodotto, masterclass sulla miscelazione analcolica premium e strumenti di vendita per facilitare presentazione,

inserimento e rotazione della gamma. L'obiettivo è crescere insieme, con strategie condivise di posizionamento.

#### **Quali iniziative attivate per sostenere il sell-out?**

Proponiamo condizioni commerciali dedicate, materiali per il punto di consumo e supporto a eventi e attivazioni. Sviluppiamo inoltre campagne digital e offline coordinate con i distributori per stimolare la domanda e aumentare la velocità di rotazione.

#### **Quali opportunità apre il no alcol per i distributori?**

No alcol e mocktail rappresentano un cambiamento strutturale.

Per i distributori significa intercettare nuovi consumatori, aumentare il valore medio dello scontrino e fidelizzare.

Offrire bevande analcoliche premium significa proporre valore aggiunto e nuove occasioni di consumo, non una semplice sostituzione dell'offerta tradizionale, ma un'estensione capace di arricchire l'esperienza nel punto di consumo. ●