

Come nasce una bevanda? A Beverage Ingredients quattro case history innovative

*Dall'analisi di mercato fino alla scelta della bottiglia e del packaging.
Due esempi di gin italiano di tendenza, una cola italiana
e una gamma di bevande a base di aromi vegetali non gasate.*

Milano, 18 maggio 2018. Siamo abituati a trovarli con la bandierina “Novità!” sugli scaffali del supermercato o, per gli addetti ai lavori, presentati sulle pagine delle riviste dedicate al mondo beverage e alimentare. Sono i nuovi prodotti-bevanda, categoria amplissima che va dai superalcolici ai funzionali, passando per birre, bevande gasate, infusi, succhi... **Ma come si crea una nuova bevanda, come si sceglie un sapore, una consistenza, il grado di frizzantezza?** Come si verifica il risultato rispetto all'obiettivo? E quali fattori **indirizzano la scelta del contenitore, dell'etichetta, del posizionamento?** Tutte domande le cui risposte costruiscono la “design history” di una nuova bevanda, non sempre esplicitata in questi termini ma spesso cifrata nelle formule marketing.

[Beverage Ingredients](#) ha deciso di presentarsi al pubblico degli addetti ai lavori del mondo del beverage chiedendo ai responsabili dei team interdisciplinari che creano le bevande di raccontare quattro casi significativi, scoprendo che alla radice dei prodotti veramente innovativi c'è sempre una visione e un visionario.

Ecco quindi:

- **Wolfrest**, il Riposo del Lupo, il gin nato nelle Langhe e proiettato direttamente nell'esclusivo reparto di Harrod's, con la sua bottiglia “selvatica”. Presenta Valentina Barone.
- Erbe delle colline toscane e gin, un binomio intrigante, che si traduce in **Peter in Florence**, il gin del cinghiale che nasce da un alambicco a infusione a vapore tecnicamente all'avanguardia. Presenta Stefano Cicaese.
- Può esistere una cola italiana che non ha nulla da invidiare rispetto alla capostipite, bottiglia compresa? Chi ha assaggiato **MoleCola** ne è convinto. Racconta l'impresa Francesco Bianco.
- Com'è nato il primo soft-drink con aromi non gasato, anzi la prima linea completa di questo tipo, dalla limonata al caffè cold brew, che si dice piaccia ai Millenials? Lo racconta Gianfranco Castro, Direttore Generale Divisione Achillea, Gruppo Ponti, creatore di **Ponti-Monvisia Premium**.



Un modo nuovo di avvicinarsi al mondo del beverage, **Dal contenuto al contenitore: 31 maggio, Padiglione 14** Fiera Milano, Area Innovazione, Sala Conferenze Glass Pack & Beverage Ingredients, **dalle ore 11.00 alle 13.00.**

Glass Pack e Beverage Ingredients sono in programma dal 29 maggio al 1 giugno e sono organizzate in co-location con Ipack-Ima. Le due manifestazioni sono caratterizzate da un'area espositiva affiancata a un ricco programma di conferenze e workshop. Maggiori dettagli e informazioni per partecipare rispettivamente agli indirizzi www.glasspack.show e www.beverage.show.

GLASS PACK e Beverage Ingredients sono organizzate da A151, la service company leader in Italia nella comunicazione e nella formazione nel settore del vetro contenitore e del vetro piano.