

DIFERENTE

Absolute feeling – Pure taste – Zero alcohol

Com'erano a febbraio 2015

Diferente® è il marchio degli unici drink completamente analcolici in grado di garantire la stessa 'esperienza' gustativo-olfattiva delle bevande di alta gamma più vendute al mondo, offrendo la medesima gestualità del bere oltre ad un'infinita possibilità di mariages (abbinamento con piatti dolci e salati).

I blend aromatici messi a punto per la creazione di queste bevande innovative ripropongono con maestria il sapore ed i profumi che si assaporano degustando un ottimo spumante, la Vodka più pura ed il Dry Gin più raffinato, esaltati grazie all'utilizzo dell'innovativa molecola HS-replacer®, che simula la sensazione di calore, sostegno e persistenza aromatica fino ad oggi raggiunti solo attraverso la fermentazione alcolica.

Le bevande sono prodotte con ingredienti naturali, con un approccio irriverente che ha adottato tecniche alimentari consolidate in altri settori merceologici per ricostruire gli elementi distintivi dei migliori cru.

Diferente® rivisita la lunga tradizione del bere rispettandone i valori intrinseci, ma stravolgendone il metodo produttivo e rispondendo alla sempre crescente domanda di prodotti salutari (filiera controllata, fornitori qualificati, processi certificati), sicuri per la salute (privi di alcol, di allergeni classici, di prodotti chimici dannosi come coloranti e conservanti), ipocalorici e 'consentiti' anche per le religioni che bandiscono le bevande alcoliche e fermentate (certificazione Halal e Kosher).

Quasi il 40% della popolazione adulta mondiale è astemio. Le motivazioni possono essere di carattere religioso, sociale, legate a regimi alimentari, a motivi di salute. A questi si aggiungono gli astemi temporanei, per ragioni personali, di lavoro, di orario...

Molti di questi individui lamentano l'impossibilità di trovare un'alternativa di appeal alle opzioni presenti sul mercato – che oltre alla birra analcolica offrono acque aromatizzate, soft drink (dagli energy ai ready-to-drink), succhi di frutta, sciroppi, tè aromatizzati, e qualche proposta di vino dealcolato – che per definizione mantiene un residuo alcolico.

La strategia del posizionamento di Diferente® consiste nel differenziarsi all'interno di un panorama contraddistinto dalla standardizzazione del gusto, del prezzo e dell'immagine con una proposta di prodotti premium, ossia di grande prestigio. L'immagine risultante è ben lontana dallo stereotipo dello spumante o del distillato popolare, preferito da chi ama più la gradazione alcolica che le sensazioni che sprigionano da un'attenta degustazione.

Ed è proprio agli utenti di varie religioni e culture, ma accomunati dalla ricerca del buon cibo e del bere di qualità, attenti alle mode e alla salute, che si rivolge il progetto che accomuna l'esperienza di Filippo Zanin nella filiera produttiva dell'industria alimentare ed enologica, il know-how sulla tutela della proprietà industriale dell'Avv. Francesco Elia e l'esperienza nel marketing internazionale di Manuela Zanin, rispettivamente soci ed amministratore della società Nano s.r.l. a cui fa capo il progetto.

Per gli astemi si apre per la prima volta la possibilità di placare la propria 'sete sociale' – che non veda quindi l'esclusione dai rituali della convivialità, grazie ad un prodotto dal carattere fortemente distintivo e di grande immagine, completamente analcolico.

DIFERENTE: ABSOLUTE FEELING, PURE TASTE, ZERO ALCOHOL



Cosa dicono di Speed MI Up

Abbiamo chiesto a Manuela Zanin, AD e Presidente di Nano Srl, startup del settore Beverage, di raccontarci la loro esperienza in Speed MI Up..

Partiamo dal team, dove tutto ha inizio. Quanti siete e di cosa vi occupate?
Il nostro team è composto dai 3 fondatori: Filippo, che si occupa di ricerca, sviluppo, acquisti e produzione.

Manuela, che si occupa insieme a Francesco della parte economico finanziaria, della strategia e delle relazioni corporate, e in autonomia delle attività di marketing e commerciali.

Le attività coordinate internamente dal team sono svolte da collaboratori esterni.



Quando è nata l'idea?

L'idea di Diferente è nata nel 2014.

Quale idea avete presentato a Speed MI Up?

Abbiamo presentato un'idea diversa da quello che stiamo realizzando oggi: siamo partiti dalla volontà di creare un 'surrogato analcolico' di Spumante, Gin e Vodka. Ora miriamo a creare un brand che rappresenti un nuovo di bere salutare ma 'cool'.

Qual è stato il sostegno che avete ricevuto?

SpeedMiUp è stata un'importante vetrina che ci ha permesso di ottenere una buona visibilità, informazioni utili su come strutturare la business idea, su quali strumenti si possono utilizzare a sostegno di una start-up e su come presentarci al meglio ai partner economico-finanziari.



Come si è evoluta la vostra idea?

La nostra idea è in perpetua evoluzione! Diferente è rivolta ai mercati esteri, e i feedback che riceviamo devono costantemente essere rielaborati per correggere il tiro. L'idea e l'obiettivo sono rimasti i medesimi, ma il percorso ha subito diverse variazioni.

Qual è il vostro obiettivo?

Il nostro obiettivo è diventare il marchio di riferimento per il bere analcolico 'di lusso'. Un po' come dire "il Rolex" degli orologi.

Come si è evoluto il team?

Oggi dialoghiamo in modo più maturo, ci appoggiamo a diversi partner, ormai consolidati, per le attività di R&S e produzione da un lato, e di gestione finanziaria, commerciale e di comunicazione dall'altra, e possiamo dire di aver notevolmente "allargato" la nostra famiglia.

A che punto siete arrivati?

Siamo nella fase 'go to market'. Finora siamo riusciti a trovare partner distributivi diversi da quelli che avevamo mirato inizialmente, a causa delle lungaggini burocratiche proprie dei mercati mediorientali. Ora, con i nuovi prodotti che lanceremo a Gulfod di Dubai, inizieremo a distribuire Diferente nel suo naturale mercato di destinazione.

