Heineken 0.0, il nuovo ingrediente (leggero) dell’estate 2019

heineken-collateral-170620180228-1-e3dcc394

Nell’iconica bottiglia di sempre ma vestita di una nuova identificativa etichetta blu, **Heineken 0.0** è l’ultima innovazione arrivata in casa Heineken, una birra dal gusto unico e distintivo, **zero alcol e 21 calorie ogni 100ml**, cioè solo 69 calorie per ogni bottiglia da 33cl.

Nata per rispondere alle esigenze di un consumatore sempre più attento al benessere, che apprezza la moderazione senza rinunciare al gusto, Heineken 0.0 rappresenta un nuovo stile di consumo, la scelta perfetta in estate per concedersi la bevanda bionda e dissetarsi senza alcol.

La ricetta alla base di Heineken 0.0 è quella tradizionale e dunque utilizza, come da 140 anni a questa parte, ingredienti di qualità: acqua, luppolo, malto d’orzo e l’inimitabile lievito A. Ciò che la rende differente è un processo produttivo messo a punto dopo anni di ricerca come spiega **Willem van Waesberghe**, Global Craft e Brew Master di Heineken: “Heineken 0.0 ha un processo brevettato in cui l’alcol viene rimosso in modo molto semplice e poco invasivo: viene fatto evaporare gentilmente senza stressare il prodotto, all’interno di un doppio ciclo di lavorazione unico nel suo genere”.

Il risultato è una birra dal gusto inconfondibile, bilanciato, che si fa apprezzare per le fresche note fruttate e un corpo morbido e maltato.
Un’attenzione crescente al benessere e a uno stile di vita equilibrato sono i trend che caratterizzano le scelte del consumatore moderno, che ricerca prodotti che soddisfino queste nuove esigenze, anche quando beve birra. Ed è per questo motivo che il mercato delle analcoliche fa registrare già da qualche anno una crescita in doppia cifra sia in Italia che nel resto d’Europa.

Heineken 0.0 risponde alle esigenze healthy del consumatore moderno e offre una risposta concreta all’impegno del marchio nella promozione di un consumo responsabile. Heineken, infatti, da tempo si impegna con campagne e iniziative volte alla promozione e alla diffusione di un messaggio consumo moderato di alcol. Da 15 anni l’azienda sviluppa iniziative e campagne ad hoc per la promozione del

consumo responsabile e ogni anno investe il 10% del budget advertising in questi progetti.

In occasione della **partnership con Formula1** siglata nel 2016 e attiva ancora oggi è stata lanciata l'ultima campagna di comunicazione sul consumo responsabile, "When You Drive Never Drink". I due episodi che la compongono hanno per protagonista rispettivamente i campioni Sir **Jackie Stewart e Nico Rosber**g, che con plot diversi comunicano un unico chiaro messaggio: se ci si mette al volante, l'unica scelta possibile è quella di non bere.