Nastro Azzurro sposa il rosso Ferrari, partnership da Formula 1

20240131103003peroniferrari-f89b86e8

Peroni Nastro Azzurro rimane in pista, ma scegliendo di sedere questa volta sulla rossa monoposto più amata dagli italiani. E non solo, visto che ad adorare la due ruote in questione sono tanti stranieri in giro per il mondo. Il marchio di birra ha, infatti, **siglato un importante accordo di sponsorizzazione in Formula 1**, **scegliendo** appunto la scuderia **Ferrari.** Una stretta di mano con durata iniziale di **cinque anni** e che stabilisce una relazione di **totale esclusiva tra il team di Maranello** e la marca di casa Peroni. **Non si tratta di un debutto** in Formula 1, dato che **Peroni Nastro Azzurro è stato** in queste ultime due stagioni **sponsor del team Aston Martin**. Un cambio di casacca, dunque.

L'accordo con Ferrari (che vale anche per le tappe del Ferrari Challenge Trofeo Pirelli) sarà **focalizzato sulla referenza analcolica** 0,0%. La partnership darà vita anche a una **limited edition**, prodotta in **2024 bottiglie numerate e recante sull'etichetta la parola Tifosi.** Una referenza che sarà disponibile sul mercato in prossimità dell'inizio del Mondiale di Formula 1, il cui debutto avverrà il prossimo **2 marzo** sul circuito del Bahrein.

L'annuncio del sodalizio Nastro Azzurro-Ferrari è stato fatto in grande stile lunedì scorso a Roma, poco dopo lo scoccare della mezzanotte, e durante **un evento ad alto contenuto tecnologico** che si è tenuto presso l'area esterna del Palazzo dei Congressi.
Mixer era presente a questo appuntamento e ha avuto modo di scambiare alcune parole con Viviana Manera, Direttore Marketing e Trade Marketing di Birra Peroni, che ha rimarcato innanzitutto il ruolo sempre più attivo della marca nel mondo dello sport, considerando che **l'operazione Ferrari si aggiunge alla sponsorizzazione già in atto con il 6 Nazioni di rugby** (in procinto di debuttare il prossimo fine settimana) e la Ryder Cup, dove Peroni Nastro Azzurro è scesa sul green insieme ai migliori golfisti europei e americani che, lo scorso 25 settembre a Roma, si sono sfidati in quella che rappresenta storicamente una delle gare più attese della disciplina.

«Abbiamo scelto di rimanere in Formula 1, ma di cambiare scuderia, legandoci a un nome storico italiano delle due ruote. Ne siamo orgogliosi, ritenendo inoltre di fare cosa gradita a molti tifosi – ha affermato **Viviana Manera** –. *Con questa partnership torniamo in Italia sancendo un matrimonio tra due eccellenze del Belpaese, come sono il nostro marchio e Ferrari. Peroni Nastro Azzurro è un marchio fiore all'occhiello del gruppo, rappresenta la birra nostrana più venduta al mondo, è presente in oltre 70 Paesi e ha in Inghilterra suo principale mercato europeo, seguito da quello italiano».*

La versione analcolica del brand di birra sarà **presente in tutti i touch point previsti dall'accordo**, ma anche durante le gare sarà ben visibile sul telaio delle due vetture della scuderia di Maranello e sulle divise dei rispettivi piloti. Nastro Azzurro e Ferrari vuole dire anche una collaborazione per dare vita a una sinergia con l'obiettivo di **creare contenuti personalizzati e dedicati, da veicolare sui principali social media.**

Questa intesa, come spiegato dai vertici di Asahi Europe & International, società madre di Birra Peroni, rientra nella strategia worldwide del gruppo di **raggiungere, entro il 2030, una quota del 20% di prodotti analcolici nel suo portfolio**. Scegliere la referenza 0,0% è una evidente volontà di **ribadire l'importanza di guidare una macchina in stato di sobrietà**, ma c'è dietro anche un altrettanto chiaro interesse di business.
Il mercato delle bevande al luppolo senza alcol **ha infatti di fronte a sé ottime prospettive di crescita**. Un report firmato dalla società di ricerca Future Market Insights afferma che questa tipologia di prodotto r**addoppierà il suo valore economico** e, secondo gli analisti finanziari della società statunitense, **crescerà passando dagli attuali 21,3 miliardi a oltre 45 miliardi di euro entro il 2030.**