Double Dutch, soda premium create dalle donne. La distribuzione è di OnestiGroup

202403080933302020-02-11-doubledutch-139-9c438469

Esiste un modo di fare imprenditoria al femminile? La domanda, quanto mai pertinente a pochi giorni dalla celebrazione della **Giornata internazionale della donna**, non ha però una risposta né semplice né univoca. Alcune storie però sembrano fatti per confermare la regola. Stiamo parlando di **Double Duch Drinks**, brand basato a Londra di sode e toniche premium, ora distribuito in Italia da **Onestigroup S.p.A.** e che sarà presentato alla prossima edizione di **MIxology Experience**.

GEMELLANZA IMPRENDITORIALE

Se la sorellanza, ovvero l'unione e il supporto tra donne funziona, anche se non è sempre praticata, immaginiamo cosa possono fare due donne che sono più che sorelle, gemelle.

L'idea di creare sode con combinazioni originali di due gusti infatti viene a **Joyce e Raissa de Haas**, fondatrici di Double Dutch, olandesi, sui banchi dell'università che frequentano, l'University College London, e nelle feste studentesche: "Ci siamo rese conto che la maggior parte dei mixer mancava della vivacità degli alcolici a cui erano abbinati, così abbiamo sviluppato i nostri sapori diventati iconici - Cetriolo e anguria e Melograno e basilico - e abbiamo iniziato a portarli a ogni festa".

Le combinazioni di gusti audaci, create in casa con acqua gasata e frutta o erbe, piacciono talmente e sono così richieste che le due vengono soprannominate **Tonic Twins (gemelle toniche)**. Da qui l'idea di farne un'impresa, Double Duch Drinks, con la tesi di laurea che diventa il business plan della nuova impresa, nata nel 2015.

CREATIVITA' GREEN E SALUTE

Creata da due donne, l'azienda vanta maestranze prevalentemente al femminile. E si fonda su pilastri chiari: la creatività nell'elaborazione delle ricette e la loro salubrità: le bevande hanno un basso

contenuto di zuccheri e calorie, contengono solo aromi naturali e sono prive di conservanti. Un approccio green: **l’azienda è carbon neutral grazie alla collaborazione con ClimatePartner e ha recentemente ottenuto lo status di BCorp**, la certificazione con cui le imprese si impegnano a seguire standard sostenibili dal punto di vista sociale e ambientale, conciliando profitto ed etica.

Oggi il brand ha ottenuto vari riconoscimenti (il Female Entrepreneur of the Year e il TITAN Women in Business Awards) ed è distribuito in 45 Paesi. Anche beneficiando della tendenza verso le bevande analcoliche, si capisce. Non a caso la grande crescita avviene dopo la pandemia.

Non solo: per “rompere il soffitto di cristallo” le gemelle da Hass hanno lanciato un programma, la **Female Bartending Scholarship, un programma di borse di studio volto a potenziare le donne nell'ospitalità nel Regno Unito**. Quest’anno saranno 12 le bariste che otterranno una mentorship con professionisti all'avanguardia del settore. La borsa di studio è progettata per affrontare “tutti gli elementi necessari per il success, e avere tutto ciò che serve per raggiungere risultati stellari”. Nell’edizione 2024 i 4 moduli previsti sono incentrati su: formazione sulle bevande, crescita personale, sviluppo professionale ed esperienze.

Quanto alla scelta di vendere una quota di minoranza ad Heineken nel 2020, le gemelle hanno spiegato a The Spirit Business che “è un partner fantastico. È di proprietà di una donna [Charlene de Carvalho-Heineken detiene da sola il 25% dell’azienda, ndr] e ha gli stessi valori di Double Dutch, come l’origine olandese. Dal punto di vista dei valori, ci sono molte analogie nel modo in cui vogliamo costruire e far crescere l'azienda”.

Disponibili in 12 gusti ci sono 4 toniche e 8 sode. I gusti Indian Tonic, Skinny Tonic, Pink Grapefruit Soda, Cucumber & Watermelon Soda e Pomegranate & Basil Soda oltre che in bottiglia sono disponibili anche in lattina.