Tassoni lancia la Cedrata a zero zuccheri

20250410202401bottiglia-wet-cedrata-zero-ingredienti-rgb-d7853054

Arriva una nuova protagonista all'interno di Tassoni, azienda che fa pare del Gruppo Lunelli. Dopo oltre 75 anni di successi dell'iconica Cedrata Tassoni, simbolo del luxury soft drink italiano, è ora disponibile **la versione senza zuccheri e senza calorie**, pensata per rispondere al crescente trend di consumi orientato verso scelte alimentari più consapevoli e a basso contenuto calorico.

«*Cedrata Zero è l'espressione moderna di un'icona del Made in Italy, un omaggio alla tradizione di Tassoni reinterpretata con uno sguardo rivolto al futuro. Con questa novità, intercettiamo i desideri di consumatori sempre più attenti al benessere, valorizzando l'arte della qualità e della cura nei dettagli che da sempre ci contraddistingue*», dichiara **Matteo Lunelli, CEO Gruppo Lunelli e Presidente Tassoni**.

Le tendenze si evolvono anche verso una reinterpretazione del concetto di "lusso". Le nuove generazioni, infatti, associano il lusso a esperienze genuine, autentiche che riflettono uno stile di vita fatto di benessere fisico, mentale e prodotti di alta qualità, preferibilmente artigianali e con una storia che li rende unici. In questo contesto, Cedrata Zero emerge non solo come un soft drink di alta qualità, ma come nuovo simbolo che trasforma il concetto di "lusso di osare" in "lusso consapevole" e rispecchia appieno i valori delle nuove generazioni: un mix perfetto tra tradizione e nuove tendenze!

Come la Cedrata classica, Cedrata Zero conserva l'aroma del pregiato Cedro Diamante, il cui profumo, esaltato dagli oli essenziali, conferisce alla bevanda una qualità superiore. Per un'esperienza fresca e originale, il Perfect Serve prevede di versare metà bottiglia di Cedrata Zero in un calice Tassoni, riempito con ghiaccio Hisozaki e guarnito con una foglia di basilico.

LE NOVITA' DELLA MIXOLOGY

«*Il percorso evolutivo di Tassoni, avviato nel 2023, continua con innovazioni che esaltano la ricercatezza e l'eccellenza del love brand, rispondendo anche alle esigenze di una mixology classica e di cocktail premium*», continua Lunelli. Non a caso, per soddisfare tutti i Tassoni lover, alla linea

mixology già esistente composta da Tonica Agrumi Mediterranei, Tonica Superfine, Soda La Classica, Ginger Beer, Ginger Ale, Chinotto Bio,Sambuco Bio e due spirits, Gin Superfine e Bitter del Lago, si aggiungono due nuove creazioni: **Limonata La Biologica e Pompelmo Soda La Biologica**.

Tassoni Limonata La Biologica è un'armonia dal gusto mediterraneo, deciso ed equilibrato, leggermente acido, caratterizzata da un colore giallo chiaro, intensificato dalla presenza di polpa naturale del succo di limoni femminello Bio raccolti alle pendici dell'Etna. Per questa nuova creazione il Mastro Erborista ha miscelato sapientemente il succo dei limoni con oli essenziali e spezie, come lo zenzero e il cardamomo. La frizzantezza esalta il carattere dritto di questa limonata, rendendola ideale per essere miscelata con premium spirits, come vodka o gin, o da degustare come rinfrescante soft drink.

Tassoni Pompelmo Soda La Biologica elegante e rinfrescante bouquet di pompelmo rosa Bio siciliano, ideale per esaltare dark spirits e premium drink. È caratterizzata da un colore naturalmente rosato, sofisticato e invitante, che sprigiona un aroma floreale, con una caratteristica nota amara e salata intensamente rinfrescante, e un gusto equilibrato. La dolcezza è data esclusivamente dallo sciroppo d’agave biologico, omaggio al tequila e al famoso cocktail Paloma, proprio a base di tequila e Pompelmo Rosa.

Tassoni presenta la Cedrata Zero e le novità 2025 tra zebra striping e mixology

Quale sarà il futuro del del luxury soft drink italiano? A dirlo è Tassoni che punta su e lancia in grande stile una serie di nuovi prodotti pensati: Cedrata Zero, Pompelmo Soda La Biologica, Limonata La Biologica e le nuove tendenze mixology, come il "zebra striping"

TASSONI & “ZEBRA STRIPING”

Negli ultimi anni si sono consolidate nuove tendenze nell'ambito del beverage, che segnano un cambiamento nelle preferenze dei consumatori e nei comportamenti sociali. A partire dall’ormai noto “dry January”, il mese in cui sempre più persone nel mondo scelgono di fare una pausa dall'alcol, si aggiungono altri fenomeni, importati principalmente dal mercato USA, come i “sober bar”, il “dry dating” e lo “zebra striping”, che consiste nel calibrare il consumo, alternando bevande alcoliche e analcoliche per un maggiore equilibrio tra divertimento e salute. Il consumo responsabile è sempre più prioritario per Generazione Z e Millennials, che preferiscono bevande che supportino il loro benessere, riflettendo un cambiamento nelle dinamiche sociali, dove la socializzazione non è più legata al consumo di alcol. La crescente popolarità di mocktail e virgin drink analcolici, è la

testimonianza di questo cambiamento, con un panorama che si sta evolvendo verso una maggiore consapevolezza.

Tassoni segue anche questa tendenza, proponendo drink list che alternano cocktail alcolici e mocktail, per rispondere alle diverse preferenze del pubblico. In linea con questo impegno verso il consumo responsabile, Tassoni ha lanciato **la Prima Mocktail Competition Italiana, un'iniziativa che coinvolge 8 città e oltre 100 bartender**, per promuovere la cultura delle bevande analcoliche di alta qualità e stimolare la creatività dei professionisti del settore nella preparazione di mocktail innovativi. Questo evento segna un passo importante nel rafforzare il legame tra benessere e piacere, offrendo un'esperienza unica dove la qualità non è mai compromessa.