Bevande analcoliche, Derby Blue lancia la linea Frutta Frizzante

14adceea-438d-40f8-935d-35d7048937a1

Derby Blue inaugura una nuova stagione nel mondo delle bevande analcoliche e lancia la linea Frutta Frizzante, in bottiglia di vetro da 200 ml. Pensate appositamente per il canale Horeca, le nuove referenze sono in linea con i trend dei giovani consumatori di oggi.

“*Con questo progetto introduciamo sul mercato del fuori casa un prodotto versatile che interpreta al meglio i nuovi stili di vita e consumo dei giovani, offrendo ai bar una proposta pionieristica e contemporanea*", commenta Gabriele Angeli, direttore Marketing Horeca di Conserve Italia.

La gamma si compone di sette referenze

La nuova gamma nasce con un obiettivo preciso: superare il concetto tradizionale di succo di frutta e portare nel canale Horeca una proposta analcolica capace di coniugare gusto, freschezza e leggerezza. Reinterpretando i sapori più riconoscibili della frutta in chiave gassata, Frutta Frizzante Derby Blue dà vita a bevande pensate sia per il consumo diretto sia come ingrediente per la mixology. Il risultato è una linea che si distingue per equilibrio e immediatezza, capace di inserirsi in modo naturale nei nuovi momenti di consumo al bar.

La gamma si compone di sette referenze: **cinque gusti a base frutta senza zuccheri aggiunti** (ACE, Pompelmo Rosa, Ananas, Mela Verde, Limone Mix); **due toniche** (Classica e Mediterranea) che completano l’offerta in ottica di servizio e miscelazione.

Le ricette valorizzano la componente fruttata con percentuali variabili a seconda del gusto, arrivando a toccare il 40% in alcune referenze e mantenendo sempre un profilo nutrizionale leggero, con un contenuto calorico che varia da 7 a 19 kcal per 100 ml. La scelta di non aggiungere zuccheri, ad

eccezione delle toniche, rafforza ulteriormente il posizionamento della linea come alternativa moderna e consapevole, orientata al benessere e alla salute del proprio corpo. Il tutto è racchiuso nell'iconica bottiglia in vetro blu da 200 ml, elemento distintivo di Derby Blue, che contribuisce a rendere il prodotto immediatamente riconoscibile sul banco e a valorizzarne la presenza nel punto di consumo.

Il lancio della linea si inserisce in un contesto di mercato in evoluzione, in cui il consumo di bevande analcoliche è in crescita ed è sempre più legato a scelte consapevoli. Le nuove generazioni, in particolare, ricercano prodotti dalla forte identità che pensano a benessere e salute, ridefinendo il ruolo del bere fuori casa. In questo scenario, Derby Blue si conferma un marchio centrale per Conserve Italia nel canale Horeca e rafforza il proprio posizionamento con una proposta che amplia le occasioni di consumo e offre nuove opportunità ai professionisti del bar.

Quote

Frutta Frizzante rappresenta un'evoluzione naturale del percorso intrapreso con Derby Blue, un marchio storico presente da oltre 50 anni nel canale Horeca e con un'identità forte che poggia su creatività e originalità, da sempre attento alle nuove generazioni e alle loro abitudini

Gabriele Angeli, direttore Marketing Horeca Conserve Italia

Restyling e identità di marca

Accanto al lancio di Frutta Frizzante, Derby Blue ha avviato anche un percorso di rinnovamento che coinvolge l'intero portafoglio prodotti. Da oggi la bottiglia da 200 ml dei succhi si presenta con una **nuova etichetta**, aggiornata nel linguaggio grafico e coerente con l'attuale identità del marchio, in continuità con i formati più grandi. Questo intervento rappresenta il primo passo di un progetto più ampio che porterà, nel corso del 2027, a un'ulteriore evoluzione del packaging.

Parallelamente, si apre un nuovo importante capitolo per la linea dei **bitter analcolici -** rosso, bianco e ginger -, che è stata integrata sotto il marchio Derby Blue (non più, quindi, Bitter Salfa), contribuendo a costruire un'identità più unitaria e riconoscibile. Non si tratta di una semplice operazione di rebranding: questi prodotti, realizzati all'interno degli stabilimenti di Conserve Italia attraverso un processo di infusione idroalcolica su erbe selezionate, tra cui l'assenzio romano e altre varietà di provenienza europea, rappresentano una componente distintiva dell'offerta del Gruppo. Un metodo che consente di valorizzare la materia prima e di conferire al prodotto un profilo aromatico più ricco e autentico, rafforzandone il posizionamento qualitativo all'interno del canale Horeca.