Sodamore: l’analcolico che non compete con il vino

scritto da Agnese Ceschi | 6 Ottobre 2025



Sodamore nasce dall’idea di cinque amici, tra cui Luca Argentero, di creare alternative analcoliche per giovani consapevoli. Dal successo della sparkling soda, il brand si amplia con Beerlover, birra analcolica, e prossimi prodotti come vino e amaro. Un progetto che unisce innovazione, sostenibilità e cultura, senza sostituire ma affiancare la tradizione del bere italiano.

Sodamore è nata dall’idea di cinque amici per parlare alla GenZ attraverso una sparkling soda al gusto d’amore per offrire un’alternativa analcolica che rispondesse ad un nuovo modo di bere consapevolmente. Luca Argentero, il celebre volto della televisione e del cinema italiano, assieme ad altri quattro amici, ha creato un progetto che oggi evolve e si ridefinisce: dalla singola bevanda alla soda a brand che

aspira ad offrire alternative analcoliche complete, come la birra ed il vino. Dopo il successo della sparkling soda, è nato da poco Beerlover, una birra analcolica, che a breve verrà seguita da un vino e da un amaro.

Abbiamo intervistato **Luca Argentero e Giovanni Rastrelli**, amministratore delegato e co-fondatore di Sodamore, per comprendere quali sono gli obiettivi di questo progetto e perché non può essere considerato un competitor del vino.

Com'è nato il progetto Sodamore?

Giovanni: Io, Luca e gli altri tre soci fondatori ci conosciamo da anni, siamo prima di tutto amici, oltre che soci. L'idea di Sodamore nasce per caso un giorno a casa di Luca, che in quel periodo era infortunato alla schiena. Attento all'alimentazione, stava sperimentando un modo per bere consapevolmente attraverso i prodotti analcolici. Così ne abbiamo parlato e ci siamo chiesti se fosse possibile creare un'alternativa analcolica alla altre già presenti sul mercato. Io ho messo a frutto il mio lungo percorso professionale nel mondo della ristorazione e dell'ospitalità. Per otto anni sono stato amministratore delegato di EDIT a Torino, un progetto lanciato nel 2017 in cui abbiamo riqualificato 5000 mq creando un polo gastronomico con aree di somministrazione, ospitalità, produzione di birra artigianale. Un'esperienza intensa che mi ha dato moltissimo.

Luca: Il trend del bere analcolico è forte, culturale, non solo legato alla corrente salutista. Questo per dire che noi per primi non siamo contrari al consumo dell'alcol. Siamo cinque soci, tutti piemontesi cresciuti tra i filari di Nebbiolo. Beviamo vino e ci piace, però ci siamo resi conto che su cinque uscite, due o tre volte si può anche scegliere di bere analcolico. E in quei momenti, l'alternativa non ci sembrava mai soddisfacente. Tutti prodotti un po' datati o troppo zuccherini. Poi ti scontri con l'idea tutta italiana che se non bevi sei strano. Il nostro primo spot mirava

proprio a ribaltare questa narrazione: l’alcol deve essere una scelta, non un obbligo sociale.

Quale è stato il vostro primo prodotto Sodamore?

G: Sodamore è nato con la soda: un prodotto senza alcol, niente zuccheri raffinati, solo zuccheri e aromi naturali. Il primo lancio è avvenuto su e-commerce, con sei etichette, una delle quali – bianca – consente di giocare personalizzandola. Nella box trovi un pennarello e puoi scrivere o disegnare direttamente sull’etichetta bianca. Un modo per mandare un messaggio d’amore a te stesso o ad altri.

L: Sodamore parla di amore, in primis verso se stessi. Noi cinque soci condividiamo questa idea: l’amore è la causa e la soluzione di quasi tutti i problemi della vita. E prendersi cura di sé, anche scegliendo di non bere alcolici in certe occasioni, è un atto d’amore.

Il messaggio è anche sociale…

L: Vogliamo sdoganare l’idea che se non bevi alcolici sei noioso. Anzi, sei “figo” perché consapevole. Oggi non esiste una quantità di alcol che faccia bene. Le nuove generazioni lo hanno capito: secondo un recente studio, i giovani hanno ridotto il consumo di alcol del 90% a livello globale. Per gusto, per salute, per scelta.

Come si è evoluto il progetto?

G: Dopo la soda, ci siamo espansi. Così è nato Beerlover, il nostro primo brand verticale sull’analcolico. Abbiamo lanciato una birra lager, prodotta in Polonia, perché lì è possibile pastorizzare anche una birra artigianale. In Italia, invece, se pastorizzi, non sei più artigianale secondo legge.
La nostra birra non è un prodotto alcolico a cui è stato tolto l’alcol. La fermentazione viene stoppata prima che si generi

l’alcol. Un processo naturale, sostenibile, che garantisce una vita sullo scaffale di 12 mesi. È una lager leggermente luppolata, molto fresca e sta già riscuotendo un buon successo.

E il vino dealcolato?

L: È il nostro prossimo prodotto in arrivo, entro la fine di quest’anno. Abbiamo assaggiato moltissimi prodotti alcol free, dal French Bloom alle fermentazioni naturali più estreme, quasi da kombucha. In Italia fino a poco fa non era nemmeno possibile dealcolare legalmente. Le tecnologie però ci sono, e sono italiane. Contiamo di produrre in Italia al più presto.

G: Sarà una bella sfida, perché quando si parla di vino, soprattutto in Italia, si toccano corde profonde della nostra tradizione. È importante non denigrare secoli di cultura enologica italiana. All’estero, invece, il mercato del vino dealcolato è già molto più sviluppato. In mercati come gli Stati Uniti o la Germania – che non hanno una cultura enologica profonda – questi prodotti funzionano bene. Forse proprio perché c’è meno tradizione e quindi anche meno aspettative legate al gusto.

Avete altri progetti?

G: Sì. Dopo la soda, la birra e il vino, stiamo lavorando a un amaro analcolico e poi a una linea di gin e spirits. L’obiettivo è avere un catalogo completo di alternative consapevoli, senza estremismi. Non siamo astemi e non vogliamo “convertire” nessuno. Vogliamo solo offrire libertà di scelta.

Un’ultima riflessione?

L: Noi non demonizziamo l’alcol. Amiamo il vino, la nostra terra, le tradizioni. Ma crediamo che oggi sia importante educare alla moderazione. È anche il motivo per cui ho deciso di metterci la faccia. In una start-up, un testimonial di alto

livello è un lusso che spesso non ci si può permettere. In questo caso, lo faccio per me stesso e per un prodotto in cui credo. È un investimento personale, e per la nostra piccola azienda rappresenta un grande valore aggiunto.



Punti chiave:

- Sodamore è un progetto di cinque amici, guidati da Luca Argentero, per offrire alternative analcoliche consapevoli.
- Il primo prodotto è stata una sparkling soda senza zuccheri raffinati, personalizzabile e con un forte messaggio sociale.
- Dopo la soda, il brand si è ampliato con **Beerlover**, birra analcolica fermentata senza alcol.
- Il vino analcolico sarà il prossimo lancio, con produzione pianificata in Italia, rispettando la

tradizione enologica.

- L’obiettivo è creare un catalogo completo di bevande alternative, promuovendo moderazione e libertà di scelta senza demonizzare l’alcol.