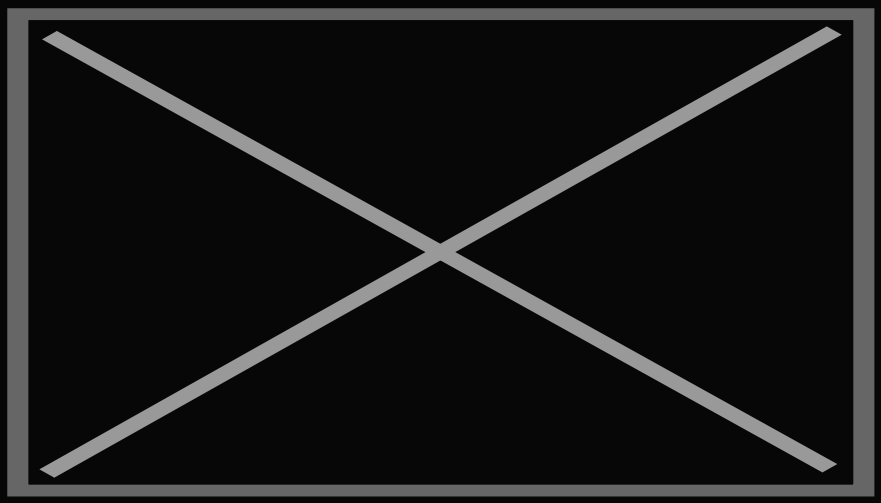
In attesa del grande caldo

in-atesa-del-grande-caldo-acqua-d66f1e21

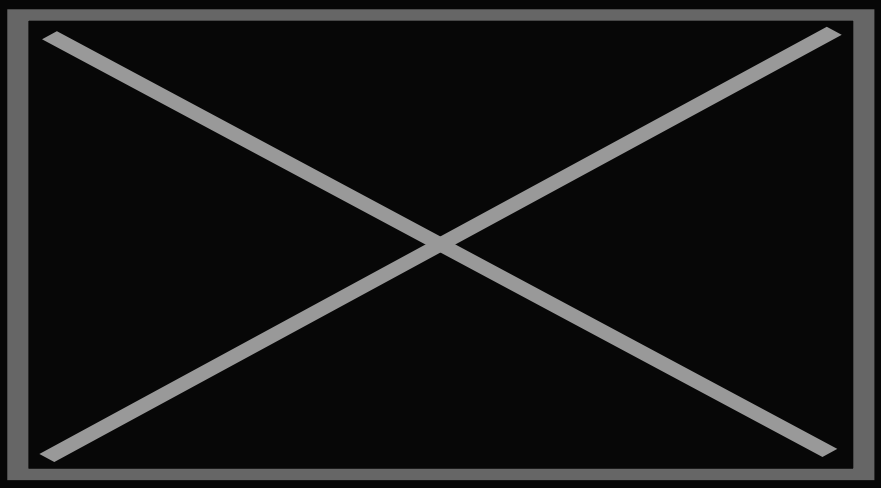
Oltre ad essere stato un anno storico per le temperature, la seconda estate più calda di sempre, il 2017 è stato un anno storico anche per i consumi di acqua minerale. In pet e in vetro, per entrambi i pack, i risultati sono stati decisamente importanti. Un mercato, quello dell'acqua minerale, che ha fatto registrare nel 2017 un +3,4% a volume e un +5,8% a valore, con punte di +10,1% a giugno e +12,1% ad agosto(sempre a valore). Il mercato vale poco più di 2 miliardi di litri, metà dei quali nel segmento naturale e il pet ne rappresenta circa l'80%. In questo scenario è il centro Italia ad aver avuto la performance migliore, seguito dal sud e dal nord Italia. L'atteggiamento del consumatore è a un livello di maturità tale da considerare l'acqua nel suo formato in pet da 0,5 Lt un prodotto di servizio immancabile nei punti di vendita horeca anche durante la pausa pranzo; nella ristorazione serale il formato principe continua a essere lo 0,75 var con un valore €/lt più decisamente più alto rispetto a tutti gli altri formati.

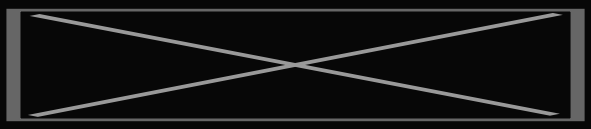


NUOVI SCENARI

Trimestre stabile nel 2018 per i consumi al sell out dell'acqua minerale. Dopo un secondo semestre esplosivo nel 2017, i consumi si sono stabilizzati in questa prima fase dell'anno, complici anche un andamento delle piogge e delle temperature altalenanti. Bene a gennaio il comparto: +2,7% a volume e +5,1% a valore; a febbraio mese negativo -1% a volume e +0,6% a valore. Mese di marzo stabile,

sostanzialmente pari a volume e leggermente positivo a valore. Le considerazioni che si possono fare a questo punto dell'anno, con un mercato che esprime equilibrio, sono sostanzialmente due: da un lato sarà importante la spinta promozionale delle aziende produttrici di acqua minerale, che devono dare un impulso alle vendite prima di giugno, in modo da portare "fieno in cascina" prima dell'inizio della stagione. Dall'altro lato sperare in un'estate che si confermi sui livelli climatici e turistici del 2017. Infine, la situazione politica: lo stallo del dopo elezioni di certo non favorisce la fiducia dei consumatori. L'esito delle consultazioni sicuramente indirizzerà in un senso o nell'altro le dinamiche dei consumi.





Formind SRL è una società di consulenza aziendale in grado di offrire ai propri clienti una consulenza mirata nelle aree gestionali, marketing e human resource, e finalizzata alla soluzione di problematiche aziendali. La società realizza progetti innovativi, quali lo strumento di rilevazione dati dei consumi fuori casa Mindforhoreca, che consente in tempo reale di misurare i consumi italiani dall'interno dei punti di vendita. Partner delle imprese del Largo Consumo e dei consorzi del settore Ho.re.ca., Formind aiuta a far crescere i propri clienti fornendo servizi di consulenza lungo tutta la filiera.

www.formind.it Tel. 0690405209 – Via degli Olmetti 39/b 00060 Formello (RM)