Energy Drink: in continuo movimento

schermata-2016-03-29-a-123530-8299379e

Il 2015 ha rappresentato un altro anno difficile per il mercato dei soft drink, ma non mancano i segnali di ripresa. Per quanto riguarda il mercato del fuori casa, i dati forniti da Nielsen mostrano che, nei bar diurni, lo scenario dei volumi dei soft drink è ancora leggermente negativo (-1.2%), ma migliora nel serale rispetto al 2014 (+6.7% - anno progressivo terminante).
All'interno di questo scenario, la categoria degli ENERGY DRINK, continua a mostrare un buon andamento rispetto al resto del mercato, come mostrano i dati sulle quote dei suoi protagonisti. Saldo al comando, il leader di mercato RED BULL conferma questo trend contribuendo a rallentare l'andamento negativo del mercato: con una quota volume del 2.6 % del totale soft drink, Red Bull continua
a crescere (+1.2%). Nel segmento specifico degli Energy Drink, la quota di mercato di RB guadagna 4.6 PtI, aggiudicandosi una quota volume di 89.9%.
Anche nel serale, Red Bull domina con una quota volume del 91,8%; da sottolineare i buoni risultati delle nuove Red Bull Edition.
La categoria degli ENERGY DRINK è sempre in fermento. Nuovi brand continuano ad affacciarsi in questo scenario e sempre più formati e gusti popolano gli scaffali della grande distribuzione.
Frutto di strategie di marketing innovative e continua ricerca sul prodotto. "Il marketing mix unico e innovativo e la dominanza nel canale notturno di Red Bull sono noti a tutti, ma un altro fattore interessante è la spinta ai consumi data dagli innovativi sapori e ingredienti. Red Bull, infatti, ha saputo meglio di altri, andare incontro ai gusti del consumatore italiano proponendo loro delle valide varianti al gusto classico. Red Bull Lime Edition e Yellow Edition, affiancandosi a Red Bull Red Edition lanciata nel 2013, in meno di anno si sono assestati al primo posto nella scelta dei consumatori rispetto alle referenze di competitors presenti da molto più tempo". Ci racconta Valentina Milella, On Premise Marketing Specialist di Red Bull.
Off-Take cresciuto ad un ritmo doppio del mercato e una quota di mercato che ha avuto un'evoluzione positiva a scapito 98 Mixer FEBBRAIO 2016

In continuo movimento

C’è fermento nel mercato degli energy drink grazie al leader di mercato Red Bull che dopo aver conquistato il canale superhoreca vola anche nel diurno e in GDOMercato/Energy Drink dei principali competitor. Cosa c’è alla base di questa continua crescita? “Grazie alla forte distribuzione, le nuove referenze sono già disponibili in tutte le principali insegne della GDO e nei migliori bar e locali d’Italia, dove trovano ampio consenso tra esercenti e pubblico.

Dal punto di vista di marketing, Red Bull ha sostenuto questa crescita anche grazie agli eventi supportati e organizzati.

Due fra tutti, la tappa italiana del Red Bull Cliff Diving, l’avvincente gara mondiale di tuffi da grandi altezze, che ha visto, a Polignano a Mare, battere ogni record con la partecipazione di 55.000 spettatori e la finale mondiale del Red Bull Bc One, la più importante competizione internazionale nell’ambito della breakdance, che ha portato, all’interno
dell’arena allestita al Palazzo dei Congressi di Roma, oltre 1.500 spettatori.

Per il 2016 Red Bull continuerà a sostenere le strategie distributive e di vendita con un ricco programma di eventi...

Tornerà in Italia l’attesissimo Red Bull Flying Bach World Tour, uno show unico e coinvolgente che mixa le evoluzioni dei campioni di breakdance alla musica classica di Bach.

Grandi aspettative anche per il noto Red Bull Flugtag, la più spettacolare e strampalata competizione aerea del mondo, arrivata quest’anno alla sua quarta edizione italiana, la seconda consecutiva
a Milano dopo il grande successo del 2012.

Ancora una volta, il 19 Giugno, il cielo milanese sarà invaso dai più pazzi velivoli che la fantasia umana possa concepire.

Un’altra novità che ha in serbo la società, è lo sviluppo della già presente Red Bull TV, una piattaforma mediatica ricca di contenuti sportivi e culturali, che subirà una evoluzione a partire da Ottobre 2016. Red Bull Tv si affiancherà a Red Bull Energy Drink nel portafoglio di prodotti dell’azienda austriaca.” Una sfida ambiziosa, perfettamente nelle corde di Dietrich Mateschitz – fondatore
e proprietario di Red Bull - da seguire da vicino!

*** Fonte dati: Nielsen, ON 15 – MAT**