



Continua il successo delle capsule

Il mercato del caffè nel canale moderno

Luglio 2017

Continua il successo delle capsule

Il mercato del caffè nel canale moderno

Una passione che non tramonta

Il caffè tostato con un giro d'affari di 1,2 miliardi di euro si conferma uno dei punti di forza della grande distribuzione italiana, al pari del mercato della pasta.

Si tratta quindi di una vera passione per gli italiani e di una consuetudine che sembra davvero irrinunciabile.

Tuttavia i tempi cambiano e con essi le abitudini degli acquirenti e le modalità di consumo. La discontinuità degli scorsi anni ha paradossalmente portato lo shopper della grande distribuzione a concedersi, in alcune categorie merceologiche specifiche, l'acquisto di prodotti di qualità e con battuta di cassa superiore: in poche parole un lusso accessibile.

Questa situazione ha creato terreno fertile all'ingresso in grande distribuzione delle Capsule che, con un posizionamento di prezzo di circa 4 volte superiore a quello del macinato classico, offrono la praticità di consumo ed il gusto intenso della tazzina consumata al bar.

Le Capsule guidano la crescita

Nel 2016 la categoria delle Capsule si è rivelata un vero trend setter classificandosi come il quarto mercato con il migliore trend (+17,2% in valore e 18,7% in volume) all'interno del comparto del Largo Consumo dopo Snack Salati Freschi, Primi Piatti Freschi e Yogurt Greco.



Inoltre se la tipologia di prodotto ed il legame delle Capsule con i sistemi proprietari avevano stimolato in passato le vendite online e nei negozi specializzati, penalizzando almeno inizialmente la grande distribuzione, negli ultimi due anni abbiamo assistito al lancio delle Capsule 'compatibili' con i sistemi proprietari che hanno contribuito in larga misura ad incrementare le referenze a scaffale della categoria.

Ovviamente le vendite online e nei negozi specializzati restano molto importanti per la commercializzazione di questi prodotti. Una notizia proprio di questi giorni è il fatto che caffè e capsule siano state la promozione più acquistata durante l'Amazon Prime Day 2017. Tuttavia si registra un

incremento delle vendite e delle offerte a scaffale anche in grande distribuzione da almeno qualche anno. Le vendite delle Capsule sono più che raddoppiate negli ultimi anni, arrivando ad oltre 56 milioni di confezioni commercializzate negli ultimi 12 mesi rispetto ai 24 milioni del 2013.

Continua il successo delle capsule

Il mercato del caffè nel canale moderno

Cosa sta succedendo ai segmenti 'core' del mercato Caffè?

Gli ultimi 12 mesi ci mostrano un mercato del caffè complessivamente in flessione nel canale moderno (-2,0% in valore e -3,6% in volume), sostenuto solamente dal segmento Capsule, come già indicato.

Tuttavia se consideriamo il segmento 'Core' del Moka Macinato, che sviluppa circa il 56% del mercato, la flessione è decisamente più marcata: -6,6% in valore e -4,7% in volume. Infatti le Capsule, che hanno superato il 22% di incidenza sul giro d'affari totale, hanno contribuito positivamente al trend per un +3,1%.

Questi prodotti quindi, a pochi anni dal loro ingresso sul mercato, si confermano come una nuova modalità di consumo in casa e non solo come fenomeno passeggero.

Per concludere è da notare che i segmenti Espresso, Decaffeinato, Grani, e Cialde che insieme, al pari delle Capsule, incidono per il 22% sul totale giro d'affari del caffè tostato, hanno registrato anch'essi andamenti negativi.

Prezzi, promozioni e offerta a scaffale

Molto interessanti le dinamiche in termini di prezzo e assortimento all'interno del mercato del caffè. La categoria del Caffè tostato è in flessione ma il numero di referenze medie a scaffale aumenta di 12,5 di cui 10,7 sono Capsule, con un posizionamento di prezzo decisamente superiore rispetto alle altre tipologie di caffè ed una pressione promozionale molto contenuta.

Se consideriamo i lanci degli ultimi 12 mesi, 100 referenze su 152 immesse sul mercato appartengono al segmento Capsule ed hanno sviluppato il 65% dei 18 milioni di euro complessivamente generati dai lanci.

L'andamento dei diversi segmenti

Totale Italia	Vendite in Valore AT Giugno 2017	Var.Vs Anno Precedente	Vendite in Unità AT Giugno 2017	Var.Vs Anno Precedente	Vendite in Volume (It/Kg) AT Giugno 2017	Var.Vs Anno Precedente
Caffè Tostato	1.179.004.936	-2,0	318.181.214	-1,4	113.087.306	-3,6
Caffè Tostato Moka	656.812.860	-6,6	186.251.649	-6,1	82.308.670	-4,7
Caffè Tostato Capsule	259.303.424	16,9	56.404.143	24,5	5.579.564	20,2
Caffè Tostato Espresso	84.116.583	-8,1	25.393.896	-7,7	8.485.381	-6,9
Caffè Tostato Decaffeinato	62.869.199	-4,8	24.542.575	-2,6	6.386.398	-2,3
Caffè Tostato Grani	61.331.541	-3,3	8.490.074	-3,2	7.733.315	-3,4
Caffè Tostato Cialde	53.708.043	-5,8	16.815.138	-2,9	2.513.767	0,2
Caffè Tostato Filtri	863.293	-1,1	283.736	-0,5	80.206	-2,1

Fonte: IRI InfoScan Census ® – Totale Italia. Ipermercati, Supermercati, LSP, Discount.

Continua il successo delle capsule

Il mercato del caffè nel canale moderno

26 nuove referenze appartengono invece al segmento Moka Macinato, con un'incidenza del 30% sulle nuove vendite.

Nel canale moderno i segmenti 'classici' sono quindi dichiaratamente in crisi, in particolare il Moka Macinato i cui prezzi sono in leggera flessione, anche per effetto di una pressione promozionale del 52,4% con una profondità di sconto medio elevata che si attesta intorno al 30%.

Le Capsule, invece, segmento emergente in grado di sostenere il proprio valore, mostrano una pressione promozionale pari al solo 14% con una profondità di sconto media del 16%.

L'offerta a scaffale

	Numero Medio di Referenze - Giu '17	Var.Vs Anno Precedente
Caffè Tostato	103,6	12,5
Caffè Tostato Moka	34,2	1,0
Caffè Tostato Capsule	40,8	10,7
Caffè Tostato Espresso	7,8	-0,0
Caffè Tostato Grani	7,0	0,4
Caffè Tostato Decaffeinato	6,6	0,0
Caffè Tostato Cialde	8,2	0,4
Caffè Tostato Filtri	1,2	0,0

Fonte: IRI InfoScan Census ® - Totale Italia. Ipermercati, Supermercati, LSP, Discount.

Andamento del mercato del caffè nei canali

Totale Italia	Vendite in Valore AT Giugno 2017	Var.Vs Anno Precedente	Vendite in Unità AT Giugno 2017	Var.Vs Anno Precedente	Vendite in Volume (lt/Kg) AT Giugno 2017	Var.Vs Anno Precedente
Totale Italia	1.179.004.936	-2,0	318.181.214	-1,4	113.087.306	-3,6
Ipermercati	199.357.313	-2,2	41.915.936	-1,1	18.857.368	-1,8
Supermercati	718.528.260	-1,4	183.184.526	-0,7	64.685.074	-3,5
LSP	163.234.155	-4,9	46.561.280	-2,5	15.459.832	-5,3
Discount	97.885.215	-1,9	46.519.469	-3,6	14.085.034	-4,2

Fonte: IRI InfoScan Census ® - Totale Italia. Ipermercati, Supermercati, LSP, Discount.

Continua il successo delle capsule

Il mercato del caffè nel canale moderno

Path to grow

Produttori e Distributori sono alla ricerca di nuove opportunità di crescita. IRI offre piattaforme tecnologiche all'avanguardia, cloud e strumenti analitici predittivi in grado di fornire informazioni dettagliate sul mercato di riferimento, sui consumatori e sull'efficacia delle campagne media, oltre a soluzioni customizzate che generano insights di supporto alla pianificazione strategica, definizione dei target, ottimizzazione della execution e misurazione del ROI.

- Sicuramente in momenti come quello attuale il consumatore è attento al prezzo ma pone una forte attenzione alla qualità del prodotto più che al risparmio tout court e la performance del segmento delle capsule ne è una riprova: vale il principio di «qualità al giusto prezzo». Una gestione ottimale di prezzi e promozioni migliora le performance di categoria e di brand e sostiene i margini di industria e distribuzione.
- Anche la minima variazione al prezzo o alle promozioni può avere un enorme impatto sulle vendite e i ricavi. Le soluzioni dedicate all'ottimizzazione di prezzo e promozioni di IRI forniscono indicazioni preventive su come massimizzare i risultati di ciascuna scelta aziendale.
- La gestione ottimale degli assortimenti resta un tema fondamentale per gli operatori del mercato del caffè. E' necessario effettuare analisi e stimare l'impatto di variazioni assortimentali sulle vendite, il contributo sulla categoria e come si trasferiscono i volumi tra i prodotti al variare dell'offerta. In tal modo le aziende possono valutare effettivamente l'attrattività di ogni prodotto e gestirlo al meglio.

Fonti utilizzate per lo studio

- Questo Studio contiene dati provenienti dal servizio IRI InfoScan Census ® sull'andamento del mercato del Caffè tostato nel canale moderno. I canali considerati sono quello degli Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio Piccolo e Discount nel Totale Italia.
- Per avere maggiori informazioni sull'andamento dei mercati del Largo Consumo Confezionato contatta il tuo account IRI di riferimento o scrivi a: Marketing.Italy@iriworldwide.com

IRI è leader mondiale nella gestione di big data, soluzioni analitiche predittive e generazione di insight con l'obiettivo di supportare la crescita delle aziende del largo consumo, retail e media. Facendo leva sul più grande patrimonio di informazioni su acquisti, investimenti sul punto vendita, media, shopper loyalty e comportamento dei consumatori, il tutto integrato in piattaforme tecnologiche on demand, IRI guida oltre 5.000 Clienti nel mondo nella ricerca continua di eccellenza, nello sviluppo della quota di mercato, nello stabilire un legame con i propri consumatori, con l'unico obiettivo di far crescere il loro business. Visita il sito www.iriworldwide.com per saperne di più.

Via dei Missaglia 97, 20142 Milano, T +39 02 52579 1
Via del Porto Fluviale 35, 00154 Roma, T +39 06 5195961

Copyright © 2017 Information Resources, Inc. (IRI). All rights reserved. IRI, the IRI logo and the names of IRI products and services referenced herein are either trademarks or registered trademarks of IRI. All other trademarks are the property of their respective owners.