

El consumo de agua embotellada vuelve a niveles previos a la crisis

El verano caluroso y la restauración impulsan la recuperación de la categoría

AINZANE GASTESI
Barcelona

El agua vuelve a estar de moda y empieza a recuperar el terreno perdido durante los años de crisis. Ya en el 2014, sobre todo gracias a la recuperación del negocio de la restauración, el sector volvió a crecer en valor después de seis años de caídas constantes hasta situarse en cerca de 760 millones de euros, por encima del récord registrado en el 2008 de 752 millones de euros, según datos de IriWorldwide. Las ventas tocaron fondo en el 2010, con 714 millones de euros, y desde entonces han registrado un comportamiento irregular, con leves subidas y caídas. Hasta el pasado año y, sobre todo, el 2015 y su caluroso verano, el más cálido en décadas, en que se ha disparado el consumo y el agua embotellada parece volver a sus años dorados.

Hasta el punto que uno de los productos estrellas del verano ha sido el agua con sabores. “Cuando hace tanto calor, el consumidor bebe refrescos y cervezas hasta un punto, pero al final acaba recurriendo al agua, ya sea por motivos de salud o porque necesita ingerir líquido constantemente. Y ahí las aguas con sabores, una innovación reciente, han sido el gran éxito”, explica Eva Vila, directora de la consultora de consumo IriWorldwide. Según datos de la consultora, las ventas de aguas con sabor se han disparado un 40% en los últimos doce meses.

“Las claves de la recuperación

MÁS CALOR, MÁS AGUA

“El consumidor bebe refrescos y cervezas, pero al final acaba recurriendo al agua”

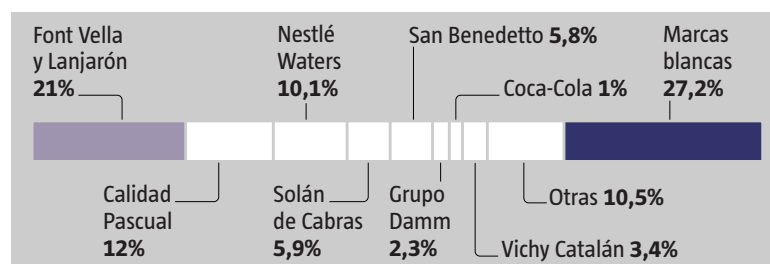
del sector han sido la innovación y no seguir batallando con los precios; las empresas hemos intentado cubrir nuevas necesidades de nuestros consumidores”, explica Cedric Pantaleón, director comercial de Aguas Font Vella y Lanjarón. Precisamente uno de los éxitos de la división de aguas del grupo Danone ha sido el lanzamiento en España de Levité, agua en cinco sabores de frutas y en dos formatos.

Estudios y expertos coinciden en que uno de los principales factores del crecimiento del sector es la recuperación de la restauración.

UNA CATEGORÍA EN CRECIMIENTO

Variación anual de ventas, en porcentaje	
TOTAL AGUAS	8,7
Total agua con gas	11,7
Sin sabor	11,8
Con sabor	5,5
Total agua sin gas	8,6
Sin sabor	8,0
Con sabor	44,7
Total aguas funcionales	-55,1
FORMATOS	
Mesa	8,2
Garrafa	5,9
Formato pequeño	14,7

REPARTO DEL MERCADO



FUENTE: Iriworldwide

PRECIO MEDIO

Principales marcas de agua envasada sin gas, en euros por litro	
Solán de Cabras	0,269
Bezoya	0,261
Font Vella	0,223
Lanjarón	0,150
Aquarel	0,131
Viladrau	0,148
Aquabona	0,150
Fuente Primavera	0,131
Font Natura	0,148
Marcas blancas	0,148

ción. “Aunque los dos canales principales, distribución y Horeca (hostelería) han revertido la tendencia negativa del sector, ha sido la restauración el negocio que más dinamismo demuestra en los últimos meses”, añade Pantaleón. “La hostelería es el área que más sufrió durante la crisis y la recuperación que estamos viendo procede principalmente por este canal, por encima de las ventas del súper”, destacan fuentes de Damm. Sus aguas Veri y Liviana están creciendo por encima del 5% en litros.

El negocio del agua registró un espectacular desarrollo durante los años del boom económico, tanto en volumen como en diversificación de producto. “Pasó de ser una commodity, un producto básico y de alta rotación, a tener

VUELVE LA INNOVACIÓN

Las aguas con sabores han sido la gran revelación del verano y crecen un 40%

¿VUELTA A LA OPULENCIA?

El agua pasó de ser una ‘commodity’ a aspirar a ser un producto de lujo

aspiraciones de producto de lujo. Y con la crisis llegó a perder un 25% del mercado”, explica Ferran Rivalta, director general de Sant Aniol. En su caso, el agua Sant Aniol, un producto único de origen volcánico, está dirigida a consumidores de gama alta y sus ventas crecieron un 32% el año pasado, sobre todo gracias a la exportación. Otra de las señales de la recuperación es que la marca blanca, gran refugio del consumidor durante los años más difíciles, está perdiendo cuota y en el 2014 supuso un 40,3% del volumen del mercado, dos puntos menos que el año anterior.

El formato líder en el mercado español de aguas es la botella de 1,5 litros, que acapara más de la mitad del total. Aunque el verano caluroso y la recuperación de la hostelería han dado un impulso extraordinario al botellín, que en los últimos doce meses (hasta agosto) ha incrementado las ventas un 15%. “En términos de crecimiento, los formatos que mejor funcionan este año son la botella de 0,5 litro y las de vidrio retornable”, confirman desde Damm.

Después de superar el bache de la crisis, el sector se muestra optimista sobre el crecimiento para los próximos años; en España se consume una media de 113 litros de agua mineral, muy lejos todavía de medias como las que se registran en Italia o Alemania, que se aproximan a los 180 litros anuales.●



XAVIER CERVERA

Las altas temperaturas han dado el impulso definitivo a la categoría

FORCADELL
Consultores Inmobiliarios desde 1958

Solicite presupuesto
sin compromiso



934 965 448

comunitats@forcadell.cat

forcadell.cat

OFICINAS
Barcelona • Granollers • Terrassa • Palma de Mallorca • Sevilla

SERVICIOS DEL GRUPO
Comercialización de Viviendas • Inmobiliaria de Empresa • Gestión Inmobiliaria • Consultoría Inmobiliaria • Correduría de Seguros • Asesoría Jurídica Inmobiliaria • Oficina Técnica Inmobiliaria

Administración de Comunidades de Propietarios

Miramos por nuestros clientes, cuidamos de su edificio

- ✓ Administración on-line
- ✓ Mantenimiento, conservación y rehabilitación
- ✓ Gestión económico-administrativa
- ✓ Gestión de incidencias y de la morosidad
- ✓ Asesoría técnica y jurídica