

INFUSIONI

# Potere ai fruttati



**UN MERCATO STABILE, FORTEMENTE TRAINATO DALL'INNOVAZIONE E POCO SENSIBILE ALLE PROMOZIONI**

di Carmela Ignaccolo

**T**è, tisane, infusi e camomilla: parliamo di un mercato variegato composto da varie nicchie. Compreso le più nuove come quelle delle capsule e delle infusioni a freddo; mercati esordienti che, benché non stiano ancora modificando radicalmente le dinamiche, svolgono già un ruolo interessante.

**Paolo Danieli**, Client Service Manager di **Iri**, ce ne illustra l'andamento.

“Nel lungo periodo il comparto ha fatto registrare un trend positivo che – come in molti altri mercati – ha rallentato un po’ nel 2018. Più stabile risulta l'andamento del tè nel suo complesso anche se poi vediamo delle disomogeneità a livello di tipologia”.

**Del tipo?**

Il classico, core business del segmento, si mantiene stabile a valore grazie alle marche premium; il deinato – al contrario – è in rallentamento. Il vero traino della crescita, però, è il “verde” e in special modo il “verde fruttato” che è quello che cresce di più. Ovviamente si tratta di dinamiche innescate sia dalla domanda, sia dalla spinta all'innovazione delle aziende.



**53%**  
DEL MERCATO A VALORE È COPERTO DAI PRIMI 3 PRODUTTORI

**10,2%**  
È INVECE IL VALORE DELLA PRIVATE LABEL



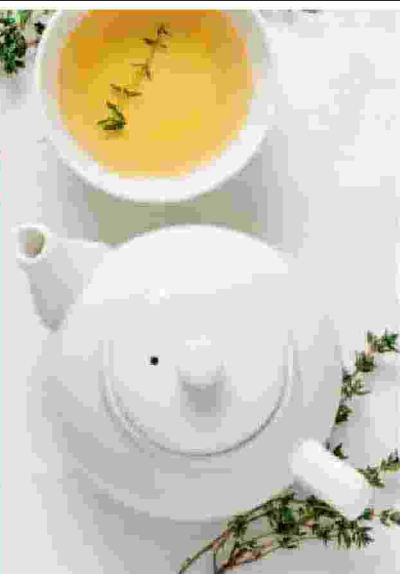
DIMENSIONI E TREND DEL MERCATO						
	Vendite in Volume	Var. % Vendite in Volume su Anno Precedente	Vendite in Valore	Var. % Vendite in Valore su Anno Precedente	N. Riferenze Ultimo Mese	Var. Riferenze
<b>Tot Mercato</b>	2.930.984.421	-0,8	272.397.130	1,8	na	na
Tisane e infusi Fil e Sol	823.131.490	6,1	98.769.797	7,7	57,5	6,0
Camomilla confezionata F/S	484.133.238	-4,1	43.785.372	-3,0	11,6	-0,7
Tè in filtri	1.546.272.688	-3,5	122.269.453	-1,6	46,8	0,1
Tè in filtro a freddo	10.776.663	94,3	1.660.304	94,8	2,0	0,8
Capsule	10.721.021	21,0	2.891.642	15,2	6,7	-1,0
Sfuso	55.949.321	-5,0	3.020.562	-1,2	5,8	-0,3

Fonte: IRI InfoScan Census®. Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq.). AT

**ALLOCAZIONE NEI CANALI E NELLE AREE**

	Vendite in Volume	Sales Location in Volume	Vendite in Valore	Sales Location in Valore
<b>Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)</b>	<b>2.930.984.421</b>	<b>-0,8</b>	<b>272.397.130</b>	<b>1,8</b>
Nord-ovest Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	1.038.841.109	-1,9	98.557.764	0,9
Nord-est Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	743.678.032	-1,4	68.621.585	0,9
Centro + Sardegna Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	667.485.393	0,7	61.490.340	3,1
Sud Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	480.979.898	0,4	43.727.441	3,5
LSP	398.019.264	-2,5	37.252.664	-0,3
Supermercati	2.045.428.732	-0,1	188.460.558	2,5
Ipermercati	487.536.437	-2,6	46.683.908	0,9

Fonte: IRI InfoScan Census<sup>®</sup>. Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq). AT



**I NUMERI**

Numero medio di referenze:

Tè:	46,8	(+0,1 vs 2017)
Camomilla:	11,6	(-0,7 vs 2017)
Infusi e Tisane:	57,5	(+6,0 vs 2017)

**LA CAMOMILLA, CHE È LA TIPOLOGIA PERCEPITA COME PIÙ VECCHIA DAL CONSUMATORE, FA REGISTRARE PERFORMANCE NEGATIVE**

**Sul fronte infusi-tisane?**

Anche in questo caso siamo davanti a un quadro variegato: se infatti la camomilla, che è la tipologia percepita come più vecchia dal consumatore, fa registrare performance negative, è vero pure che le altre tipologie segnano trend notevoli di crescita sia a volume che a valore.

È proprio in questo segmento, infatti, che troviamo il maggior numero di lanci, e la tipologia che tira di più (come del resto per il tè) è il fruttato, che attira il maggior numero di consumatori.

Negli ultimi anni sono entrati nel segmento degli infusi produttori molto forti già attivi da tempo nel segmento del tè. In questo modo hanno arricchito il mercato grazie al proprio know how e alla forte capacità di sostenere nuovi lanci, propria di aziende ben strutturate e con una significativa massa critica.

**Le innovazioni più recenti?**

Accanto a quelle di gusto tra cui cito, per esempio, i prodotti a base di zenzero in abbinamento ad agrumi (limone, arancia etc), stanno assumendo un ruolo importante anche quelle di prodotto. Mi riferisco alle infusioni a freddo che valgono rispettivamente in termini di fatturato 1,5 milioni per il tè e 4,5 milioni per gli infusi.

**Qual è l'andamento delle Marche del Distributore?**

Ad oggi coprono una quota di mercato piuttosto circoscritta: 10,2% a fronte del 53% appannaggio dei primi tre produttori. Come in molti altri mercati, anche in questo caso le MDD si fanno interpreti della polarizzazione dei consumi, andando a coprire la fascia del low price e del premium. Anche le marche d'insegna stanno cominciando a spingere sui nuovi segmenti.

**Ultima nota: le promozioni**

In questo caso, parliamo di un mercato scarsamente promozionato: ci attestiamo infatti, intorno al 10-20% a fronte di una media del mercato del 28%, ciò dipende dal fatto che l'efficacia è piuttosto limitata. **S**