

MERCATO/ACQUA MINERALE

UN NUOVO INIZIO

LA CATEGORIA REGINA DEL BEVERAGE SI È FINALMENTE LIBERATA DELLA PESANTE EREDITÀ DEL COVID E PROCEDE VERSO LA NORMALIZZAZIONE. METEO PERMETTENDO

DI GUIDO CHIUSANO

Un'ombra in meno, qualche incognita in più. Nel 2023 il mercato dell'acqua minerale si è finalmente liberato dell'eredità della pandemia anche sotto il profilo della controcifra. **Le prime evidenze sull'andamento dell'anno, frutto delle rilevazioni effettuate da Circana, vanno infatti lette guardando ai dati del 2022, cioè un periodo in cui erano già sparite le**

tante turbolenze create dal Covid-19, che nel biennio precedente avevano pesantemente condizionato le performance del fuori casa. “Anche l’inflazione media registrata nel primo quadrimestre del 2023 è su livelli paragonabili a quelli del 2022 – afferma **Mario Carbone**, *Account Director di Circana* – tenuto conto che lo scorso anno la pressione sui prezzi era emersa a partire da febbraio. C'è però un'altra variabile esogena che impedisce di emettere giudizi

definitivi: il meteo”. Al momento di mandare in stampa questo numero di GBI, le analisi di Circana si fermano al primo quadrimestre 2023 e raccontano un trend molto positivo che difficilmente però sarà stato confermato nelle settimane seguenti, a causa delle perturbazioni climatiche succedutesi nella tarda primavera. **“Le temperature di maggio e giugno sono state tra i tre e i cinque gradi più basse rispetto a quelle registrate negli stessi mesi**

del 2022 – fa notare Carbone –. D'altra parte, sempre nel primo quadrimestre, non si sono manifestati fenomeni quali le difficoltà nell'approvvigionamento di anidride carbonica, di vetro e nemmeno le rotture di stock che lo scorso anno avevano scandito i periodi di massima stagionalità. Nell'insieme il mercato dell'acqua minerale va verso una sorta di normalizzazione, ma come sempre le somme potremo tirarle solo in autunno”.

RISTORAZIONE IN PRIMA FILA

Fatta questa premessa, quali sono le tendenze di fondo ravvisabili in una merceologia prioritaria per i distributori Horeca?

Il primo aspetto interessante è che la categoria tiene il passo del canale, con circa +18,3% a volume e +31,5% a valore. L'avvio è stato molto positivo, anche se il primo quadrimestre non è alto vendite e dunque le sorti dell'anno si giocano più avanti. “Focalizzando l'attenzione sui segmenti – riprende Carbone – **si conferma la polarizzazione tra naturale e gassata, con l'effervescente naturale che ha un suo spazio in determinate aree**, cioè Lazio, Campania, Basilicata, Puglia e il Catanese. Quanto alla leggermente frizzante è una nicchia, con un andamento a volume abbastanza stabile. **La ristorazione fa segnare il maggiore incremento nelle vendite: +25,6% a volume, rispetto al +21,8% del bar diurno o al +19,5% delle pizzerie**. Indubbiamente la ripresa del turismo, l'ampliamento dei dehors e in



I RAPPORTI DI FORZA NEI FORMATI

In termini assortimentali non ci sono variazioni di rilievo: **il numero medio di referenze vendute settimanalmente**

generale la propensione al consumo degli italiani si riflettono positivamente sulle performance della ristorazione, ma la crescita citata in precedenza deriva anche dal fatto che i grossisti spingono maggiormente sul canale perché garantisce una marginalità superiore rispetto per esempio al bar diurno, dove la categoria acqua minerale ha un ruolo di servizio. Stringere una relazione commerciale con un ristoratore fornendogli l'acqua dà l'opportunità di presentargli altre bevande più remunerative, a cominciare dal vino. **Nel sell in alla ristorazione il prezzo medio al litro è di 0,56 euro, contro 0,41 euro per le vendite al bar diurno**. Quei 15 centesimi in più sono dovuti principalmente a un diverso mix di prodotto, sintetizzabile nella maggiore incidenza del formato in vetro nella ristorazione, mentre nel bar diurno è la bottiglia in plastica a prevalere”.



dai distributori Horeca (83,7) è stabile e lo stesso accade scendendo nel dettaglio dei singoli canali e dei segmenti. “Spostando il focus sulle confezioni – dichiara l'Account Director di Circana – ritroviamo una netta polarizzazione tra plastica e vetro, mentre la lattina e la bottiglia in PET Pull & Push hanno un'incidenza inferiore al punto percentuale. Semplificando, possiamo dire che **nei valori complessivamente venduti dai grossisti, vetro e plastica pesano circa il 50% ciascuno**. **Se però guardiamo al sell in effettuato nella ristorazione, il vetro rappresenta il 75% dei volumi contro il 25% della plastica**. Nel bar diurno i rapporti di forza si invertono, con oltre il 70% che è appannaggio della plastica”. Il vetro, poi, ha un prezzo medio al litro praticamente doppio rispetto

alla plastica: 0,59 euro contro 0,32 euro. Restando sul tema prezzo, l'incremento è stato pari al +11,1% rispetto all'analogo periodo del 2022. **“La crescita di prezzo fatta segnare**

ACQUA MINERALE, LE VENDITE DEI GROSSISTI

	Quota % a volume su tot. categoria	Var % a volume vs anno precedente	Prezzo medio €/l	Var. % prezzo medio vs anno precedente	N. referenze medie settimanali	Var. n. referenze medie settimanali vs anno precedente
Totale acqua minerale	100,0%	+18,3%	0,42	+11,1%	83,7	+0,3
Acqua naturale	68,1%	+18,9%	0,41	+11,6%	41,7	+0,3
Acqua gassata	24,9%	+18,9%	0,49	+10,2%	33,6	+0,1
Acqua effervescente naturale	5,4%	+15,1%	0,36	+9,1%	7,2	0,0
Acqua leggermente frizzante	1,6%	+0,4%	0,36	+9,2%	4,2	+0,1

Fonte: Circana – progressivo al 30.04.2023

dai distributori Horeca nell'acqua minerale è perfettamente allineata con quella che abbiamo rilevato in Gdo – precisa Carbone –. Gli aumenti di costo del packaging vanno inevitabilmente trasferiti a valle, con il vetro che ha visto un incremento di prezzo del +13%, quindi superiore al +9,8% della plastica”.

Dai numeri di Circana non sembrano insomma emergere fenomeni speculativi, anche perché **per i grossisti beverage l'acqua resta un'importantissima categoria di servizio**: “Il loro punto di forza rispetto alla Gdo – sottolinea Carbone – è la capacità di fare consegne frequenti, persino più volte al giorno. E questo nel periodo estivo è fondamentale per i pubblici esercizi che non dispongono di un magazzino abbastanza ampio da poter ospitare ingenti scorte di acqua”.

VETRO, IL LITRO PERDE QUOTA

A fornire numerosi spunti è l'approfondimento fatto da Circana sui quattro principali formati in vetro: 500 ml, 700 ml, 750 ml, 1.000 ml. **Calcolando nel 51,1% la quota a valore appannaggio**

del vetro, il 750 ml si ritaglia la fetta maggiore (28,9%) mentre il quasi gemello da 700 ml rappresenta una nicchia (1,4%). Entrambi crescono – rispettivamente +4,6% e +24,6% – così come il mezzo litro, che pesa per il 5,8%, sale dell'1,1% e ha una penetrazione maggiore nelle pizzerie e, in misura minore, nei bar diurni. A perdere terreno in maniera consistente è la bottiglia da un litro, che ha una quota dell'11,8% e sconta una flessione analoga (-11,8%). A volume lo scenario cambia parzialmente, ma la sostanza resta la stessa.

“I formati da 750 e 700 ml probabilmente sono favoriti da un costo unitario leggermente più basso – riflette

Carbone – che consente in pratica al gestore del punto di consumo di pagare meno ogni cassa. Inoltre, c'è un altro aspetto non trascurabile e di valenza più commerciale: **nella ristorazione i formati leggermente più piccoli, come appunto il 700 o il 750 ml, favoriscono l'acquisto della seconda bottiglia da parte dell'avventore**, cosa di sicuro assai meno frequente con il formato da litro”.

Concludiamo riparlando di quella tragica ombra – la pandemia – finalmente fugata. Persino un evento tanto catastrofico lascia un elemento positivo: la consapevolezza di poter superare tutte le difficoltà, comprese quelle (imprevedibili) generate dal meteo, vero

kingmaker in categorie come l'acqua minerale. **“Dopo il Covid – osserva Mario Carbone – non credo che variabili come gli eventi atmosferici avversi possano spaventare più di tanto.** Resilienza è un termine entrato nel linguaggio comune, ma nel caso della filiera Horeca è anche un'evidenza consolidata”.



IN VETRINA/ACQUE

SPAREA

L'incontro speciale tra la sorgente **Sparea** e la pietra di Luserna dà vita a un'acqua pura e leggera. Un'icona di stile ed eleganza resa ancora più preziosa grazie alla **linea Splendida, disponibile nei formati da 0.75 lt e 0.50 lt**. La bottiglia è in vetro bianco e trasparente ed è impreziosita da un sigillo che si ripete 3 volte attorno al collo; l'etichetta, posizionata nella parte bassa, sottolinea la purezza dell'acqua. Il tappo a vite declinato nei colori oro e argento riprende il decoro presente in etichetta per differenziare le referenze frizzante e naturale. Con un residuo fisso di soli 23,8 mg/l è considerata un'acqua estremamente leggera ed anche una tra le più povere di sodio grazie al suo valore di 1,2 mg/l.

www.acquasparea.com



S. BERNARDO

S. Bernardo presenta **Ely** – naturale e frizzante –: una bottiglia 100% di plastica riciclata e riciclabile dalla forma elicoidale, con le gocce disposte nel rapporto aureo e prodotta nello stabilimento di Garessio che funziona a energia eolica, naturale e pulita. Un packaging che si inserisce nella progettualità che l'azienda persegue a favore della sostenibilità. Le fonti S. Bernardo hanno origine nelle Alpi Marittime, a un'altezza di 1.300 m, in un ambiente incontaminato. Conosciuta sin dal 1926

per la sua leggerezza e per le eccellenti caratteristiche organolettiche, dagli anni Novanta S. Bernardo è anche espressione del design italiano, grazie alla sua inconfondibile bottiglia "Gocce", disegnata da Giorgetto Giugiaro.

www.sanbernardo.it



ACQUA DI NEPI

Acqua di Nepi è una delle più leggere tra le **acque effervescenti naturali**, grazie al suo residuo fisso tra i più bassi della categoria. Favorisce la digestione grazie alla sottile effervescenza (caratteristica riconosciuta dal Ministero), mentre il suo mix equilibrato di preziosi sali minerali dona piacere, conferendole un gusto soave e inconfondibile. Acqua di Nepi è **disponibile nei formati in vetro da 0.50l, 0.75l, 1l** e nel nuovo formato da **1l Tower** dedicati alla ristorazione e nei formati da **0.50l e 1.5l in PET**.

www.acquadinepi.it



SAN BENEDETTO

L'acqua **San Benedetto Millenium Water** ha origine da una falda acquifera millenaria, situata a 236 metri di profondità con un valore di nitrati inferiore allo 0,0001%, arriva sulle tavole più esclusive per accompagnare ed esaltare al massimo le proposte dei grandi maestri della cucina italiana. **Disponibile nei gusti naturale e frizzante, in vetro nei formati da 0,65l e 0,33l e in PET da 0,40l e 0,25l**, si può trovare anche nelle innovative, pratiche ed **eleganti lattine da 0,33l**.

www.sanbenedetto.it



LURISIA PREMIUM BEVERAGES

L'acqua **Bolle Stille** – frizzante e naturale – ha un gusto neutro per la minima quantità di minerali presenti. Una linea dedicata alla ristorazione, perfetta per accompagnare un pasto elegante. La raffinata bottiglia prodotta da Verallia ricorda la lanterna del minatore che, nel 1918, scoprì la fonte, ed è perfetta per le tavole più prestigiose al mondo. L'acqua Bolle Stille racchiusa nell'esclusiva bottiglia **Winner**, firmata da Sottsass Associati, Guzzini e Verallia è leggera ed è tra le acque con minor residuo fisso d'Italia, perfette per le diete povere di sodio.

www.lurisia.it



ACQUA PLOSE

Acqua Plose vanta caratteristiche eccellenti già dalla sua fonte a 1.870 metri sul Monte Plose, in Alto Adige, presso il parco naturale Puez. Ha un residuo fisso di soli 22 mg/l, 10 mg/L di ossigeno e durezza bassissima (1,1 F). Fonte Plose imbottiglia esclusivamente in vetro, il miglior contenitore per esaltare il gusto e la purezza dell'acqua, igienico e sostenibile. Acqua Plose è ideale per accompagnare i pasti e valorizzare i vini: sono molti infatti i ristoranti, bar e pasticcerie che scelgono Acqua Plose proponendola nelle versioni **Gourmet (VAR)** o **Luxury (VAP)**, disponibili nei formati da **25, 50 e 75cl, liscia e frizzante**.

www.acquaplose.com



FONTE MARGHERITA 1845

L'acqua minerale **Fonte Margherita 1845** nasce nel cuore delle Piccole Dolomiti, nelle valli del Pasubio. Con un residuo fisso di 102 mg/l, grazie al sapore neutro che la caratterizza, esalta il gusto dei cibi e dei piatti a cui si accompagna. Fonte Margherita 1845 è tra le acque preferite dai ristoratori non solo per le sue qualità ma anche per la bottiglia, ispirata a quelle del passato: un design originale degli anni Sessanta rivisitato in chiave contemporanea. **Disponibile in vetro da 80cl, 44cl, 27,5cl** e nel **brick eco-friendly interamente riciclabile da 50cl**.

www.fontemargherita.com



MANIVA

Smile-Box Maniva pH8 è l'Acqua Minerale alcalina Maniva nei **formati da 50 e 100cl in brick di Tetra Pak**. Il nuovo pack, pienamente riciclabile, esprime valori che da sempre fanno parte della mission Maniva: benessere e sostenibilità. L'Acqua alcalina Maniva, che piace tanto alle cellule del corpo, incontra la protezione speciale del box realizzato con carta certificata FSC®, mentre il tappo deriva dalla canna da zucchero. Un packaging sostenibile che assicura protezione dalla luce e calore esterno e garantisce la purezza originaria dell'Acqua Maniva pH8 grazie all'esclusivo confezionamento a setto.

www.maniva.it



ACQUA DOLOMIA

Dolomia Exclusive – vincitrice del Superior Taste Award 2023 – si distingue per l'alta concentrazione di ossigeno naturalmente disciolto (10.7 mg/L), è un'acqua oligominerale fra le più leggere con residuo fisso 118 mg/L ed è l'acqua minerale con il più basso contenuto di sodio a livello europeo. Dolomia Exclusive, naturale e frizzante, è un'acqua dal gusto naturale, pulito e delicato, perfetta per essere messa in tavola perché capace di esaltare il connubio con cibo e vino. Elegante e raffinata nel design della bottiglia in vetro, si può trovare **in diversi formati: 0.75l, ideale per la ristorazione, 0.50l per la fascia alta dell'Horeca e 0.33l** dedicata al settore dell'ospitalità.

www.acquadolomia.it

