Sanpellegrino presenta un nuovo Nestea

nuovo-nestea-117652ec

Sanpellegrino, dopo la conclusione della partnership con The Coca-Cola Company, torna a gestire direttamente Nestea in Italia, proponendolo sul mercato con una veste completamente nuova, una ricetta più semplice, un'immagine di grande impatto e un brand rinnovato che punta sulla naturalità e sul gusto autentico e inconfondibile del prodotto.

Il nuovo Nestea, disponibile in Italia dall'1 gennaio 2018, è stato pensato per soddisfare le esigenze dei consumatori, che sempre di più spesso cercano prodotti naturali, con ingredienti selezionati di alta qualità, senza dover rinunciare al gusto.

UN TE' DAL GUSTO AUTENTICO E DISSETANTE
La nuova gamma di tè freddo Nestea è composta da ingredienti accuratamente selezionati, a cominciare dalle foglie di tè provenienti dalle Blue Mountains in India, una regione nota da oltre 100 anni per il suo tè profumato e di qualità. Il nuovo Nestea offre una vera esperienza del tè, non contiene coloranti, aromi artificiali e conservanti.

Per rispondere alle esigenze dei consumatori di tè freddo, sempre più alla ricerca di sapori autentici, Sanpellegrino ha rinnovato la ricetta di Nestea realizzando una base di tè nero, con materie prime di alta qualità e aromi naturali ai classici gusti di pesca e limone.

Il nuovo Nestea è disponibile su tutto il territorio nazionale nei canali ModernTrade e Ho.Re.Ca. in due varianti:

• Limone, in lattina 250 ml e bottiglia PET 500 ml e 1 L
• Pesca, in lattina 250 ml e bottiglia PET 500 ml e 1 L

UNA RICETTA PIU' SEMPLICE
L'audace trasformazione di Nestea persegue un nuovo obiettivo del marchio costruito attorno alla semplicità e al gusto autentico, proponendo una nuova immagine della bottiglia e una nuova identità che enfatizza l'ingrediente principale: la foglia di tè.

Attraverso una nuova identità del brand, Nestea si sta muovendo verso la naturalità del gusto, in linea con le aspettative del consumatore, offrendo un prodottodall'autentico sapore di tè e garantendo, allo stesso tempo, l'alta qualità che i consumatori cercano in questa bevanda.

Il gruppo Sanpellegrino con Nestea può completare il proprio portafoglio nella categoria dei tè proponendo due diversi brand con caratteristiche e posizionamenti differenti. Nestea, che si rivolge principalmente a un target più giovane, come i millenials che concentrano i consumi principalmente nel canale fuori casa, punterà su un prodotto pieno di gusto, con ingredienti semplici e un'immagine di brand completamente rinnovata.

Al contrario Beltè cercherà di consolidare il proprio ruolo nel canale retail puntando maggiormente sulle famiglie e proponendo un prodotto naturale maggiormente legato al benessere e alla leggerezza.

UN MERCATO CHE HA AVUTO UN CALO DI PENETRAZIONE E CONSUMI

Il mercato del tè freddo in Italia ha subito profondi cambiamenti negli ultimi 5 anni e il 2017 è stato un anno di nuova crescita, anche grazie a una stagione particolarmente favorevole. La spinta è stata data anche da uno spostamento verso un'offerta premium.

Un trend che ha influenzato in maniera significativa questo posizionamento è il grande interesse dei consumatori verso i prodotti più naturali con un basso contenuto di zucchero. Come risultato di questi cambiamenti, la categoria è cresciuta a valore del 4% nel 2017 in Italia. Nel resto del mondo rimane una categoria in forte espansione, con una stima di crescita CAGR del 5,3% entro il 2021.

NESTEA SOSTIENE L'APPROCCIO DEL VALORE CONDIVISO

Nestea sostiene pienamente l'approccio di Nestlé sulla creazione del valore condiviso tra gli stakeholders e l'azienda basato su un forte impegno nei confronti della comunità in cui opera e della sostenibilità ambientale. Nestea lo fa concretamente attraverso la Rainforest Alliance. una partnership che garantisce che tutte le piantagioni di tè siano certificate secondo gli standard di sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Questi standard tutelano la biodiversità, proteggono il suolo, i corsi d'acqua e l'habitat, e assicurano che gli agricoltori ricevano alloggi dignitosi, accesso alle cure mediche e un'adeguata istruzione per i loro figli. L'accordo con Rainforest garantisce, inoltre, una sensibile riduzione dell'inquinamento dell'acqua, degli sprechi e delle minacce per l'ambiente e la salute e lavora per incentivare iniziative che garantiscano migliori condizioni per i lavoratori delle piantagioni, una gestione più efficiente delle fabbriche e la protezione dell'habitat naturale.