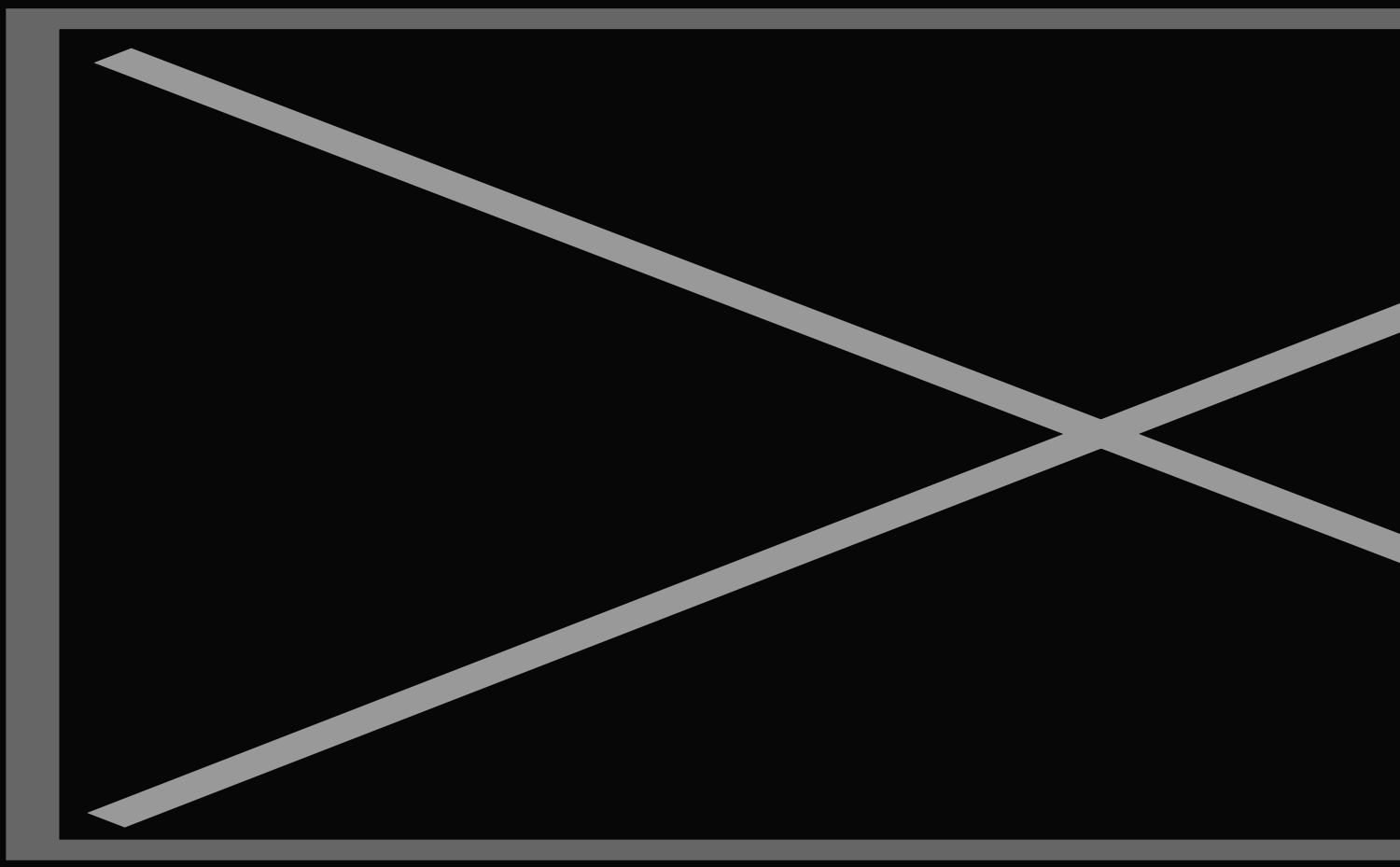
Acqua: la crescita è naturale

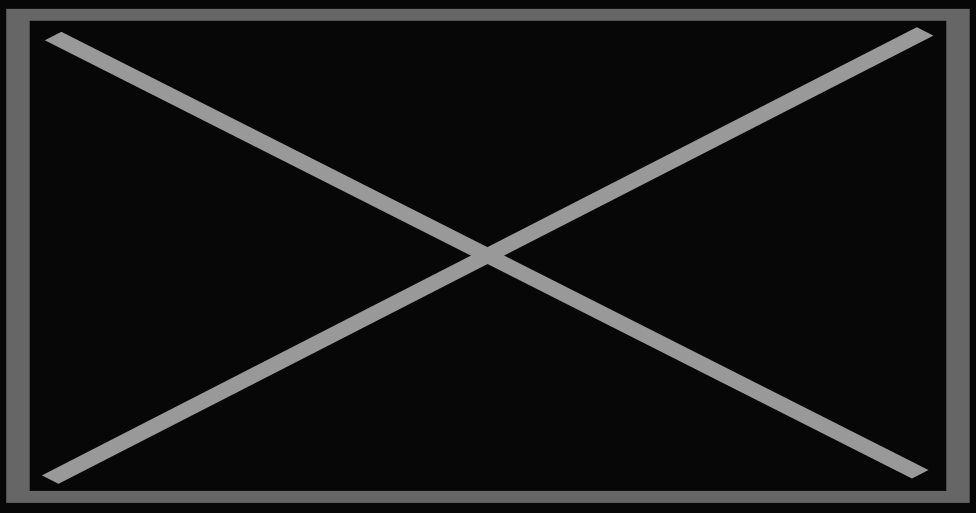
dossier-acqua-crescita-36d3be0e

Oltre 100 milioni di consumazioni in più. Il bilancio registrato alla voce “acque” nei dodici mesi compresi tra ottobre 2016 e settembre 2017 non lascia dubbi: la ripresa inizia a fare sentire i suoi primi, tanto attesi effetti. A certificare l’incremento di serving della bevanda largamente più richiesta nella ristorazione sono i dati rilevati da NPD Group che restituiscono la fotografia di un mercato in crescita. «Nell’arco temporale della rilevazione – afferma **Matteo Figura**, **responsabile Foodservice NPD** in Italia – abbiamo registrato un incremento del 5,6% rispetto all’omologo periodo compreso tra ottobre 2015 e settembre 2016. E al risultato hanno concorso tutti i tre canali in cui si articola in fuoricasa. Il quick service – il segmento cioè composto da bar, fast food, locali take away, che nel caso delle acque assorbe oltre la metà delle consumazioni – ha messo a segno una progressione superiore al 7%. Meno brillante, ma pur sempre in pieno territorio positivo, è anche il risultato del full service, ovvero del canale che rappresenta la ristorazione tradizionale e che incide per il 38,3% sui serving della bevanda: in questo caso, l’aumento è del 3,3%. Ma bene ha fatto anche il canale Travel & Leisure, quello cioè che identifica il mondo dei locali notturni o comunque legati all’intrattenimento, e che dimensionalmente appare il meno significativo (pesa per il 4,7% sui consumi di acqua): qui si registra, infatti, una progressione del 6,7%».

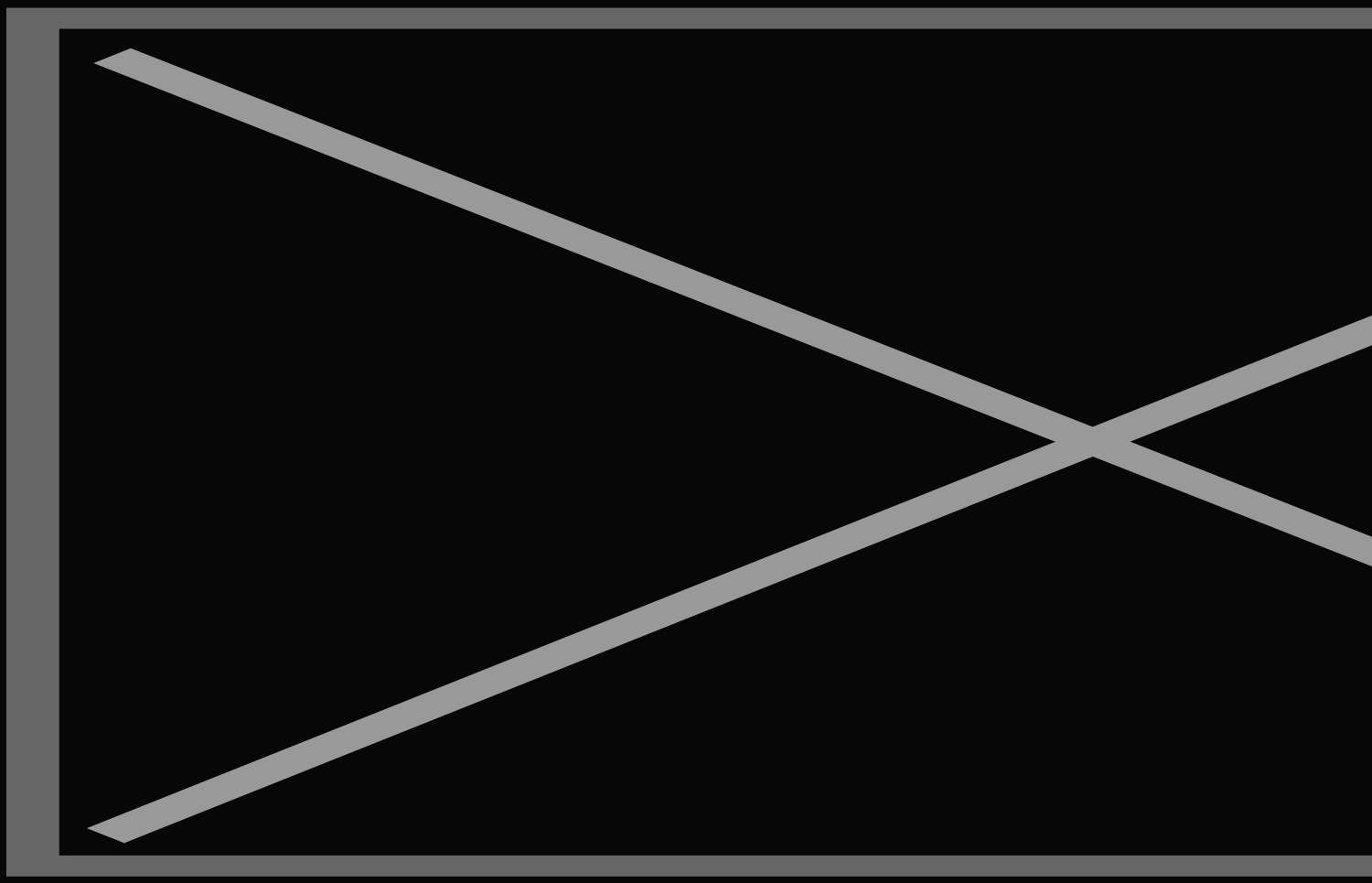


LE TIPOLOGIE

Più differenziata è invece l’analisi per tipologie di acque consumate. «Il maggior contributo all’aumento dei serving – spiega Figura – viene dalle naturali, alle quali va attribuita quasi la metà dei 100 milioni di consumazioni aggiuntive rilevate nel periodo di osservazione. Un ricco “bottino” per il segmento più significativo del comparto (attrae il 78% delle visite legate alla bevanda), che mette così a segno una progressione del 3,4% rispetto alla rilevazione precedente. E che soprattutto riscuote il gradimento della fascia più giovane del mercato: sono infatti i Millennial, ovvero gli avventori di età compresa tra i 18 e i 34 anni, ad avere fatto registrare i tassi di preferenza più alti verso l’acqua naturale».



Ottima è stata poi la performance ottenuta dall'acqua lievemente frizzante. «A questa categoria – continua Figura – vanno ricondotti altri 38 dei già citati 100 milioni di serving addizionali. Certo, si tratta di un segmento molto circoscritto in termini volumetrici (pesa per l'8,5% sul totale), ma è anche quello che ha incassato l'accelerazione più marcata, pari al +31,5%, grazie a un posizionamento alto, che ben si sposa con menu raffinati e gourmet». Più contenuta è, infine, l'avanzata delle acque frizzanti. «Costituiscono il 13,5% delle consumazioni – osserva Figura – e, con 13 milioni di serving aggiuntivi, hanno limitato la propria crescita al +5,3%, facendo leva soprattutto sulle preferenze accordate dalla fascia adulta dei consumatori».



SCENARIO E PROSPETTIVE

Ma quali sono le ragioni alla base della crescita complessiva delle consumazioni di acqua? «Possiamo individuare tre fattori principali – chiarisce Figura –. Il primo: l'incremento deve essere inquadrato nella più generale ripresa del canale Ooh. In altre parole, aumentano le occasioni di consumo e con esse anche quelle legate alla bevanda che più spesso accompagna i nostri pasti. Il secondo: le esperienze fuori casa sono tornate ad arricchirsi, diventando più strutturate. La tendenza mainstream porta, insomma, ad abbandonare lo snacking per lasciare il posto a pranzi e cene più

tradizionali e compositi, con relativi riflessi positivi sul consumo di bevande e quindi di acqua. Infine, il terzo fattore, quello metereologico: l’andamento del clima nel periodo in analisi ha fatto registrare temperature elevate soprattutto durante l’estate – la seconda più calda di sempre dopo quella del 2003 – dando naturalmente impulso al settore del beverage». E proprio su quest’ultimo aspetto, che naturalmente è ben poco prevedibile, sono aperte le scommesse per il futuro. Nel caso degli altri due trend, infatti, è lecito attendersi una riconferma anche nei prossimi mesi.

