

# FOOD

# SERVICE

## IL NUOVO REAL ESTATE

CITTÀ, CENTRO COMMERCIALE, TRAVEL RETAIL  
DOVE APRIRE E PERCHÉ



# ACQUE TONICHE

IL 2022 È UN ANNO MOLTO POSITIVO GRAZIE ALLA CRESCITA DEL CONSUMO DI COCKTAIL CHE VEDONO PROTAGONISTE LE TONICHE

Fabio Denti

© Riproduzione Riservata

▲ Up

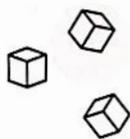


L'AROMATIZZAZIONE della tonica permette una mixability più varia



La **NATURALITÀ** degli ingredienti è un fattore sempre più importante

▼ Down



Non hanno successo le referenze troppo **ZUCCHERATE**



Le toniche **PRIMO PREZZO** non rispondono più alle esigenze di una mixability d'eccellenza



## IN BREVE

- ▶ Nel 2022 il consumo delle toniche è ripartito rapidamente grazie al forte legame con il gin
- ▶ La mixology si conferma il 'motore' della crescita del segmento toniche
- ▶ I player del settore ampliano l'offerta con referenze sempre più premium e innovative

## LE TONICHE VANNO A BRACCETTO CON IL GIN

Prosegue la crescita del consumo di tonica nel fuori casa. Nel 2022, con il ritorno a pieno regime delle attività del canale bar, si sta confermando il successo della miscelazione, nel quale la tonica è ingrediente fondamentale, a iniziare dalla preparazione del classico Gin Tonic. "A partire dalla fine del 2021 il trend è tornato a essere positivo, in particolare per il consumo di cocktail - conferma **Piorgio Missiroli, Business development Horeca Conserve Italia** -. La tendenza favorevole è proseguita per tutto il 2022, in particolare nel periodo estivo che ha conosciuto un forte incremento dei consumi di bevande nel fuori casa, quasi tornati ai livelli del 2019. Ora l'inflazione che si registra in tutti i settori fa pensare a una flessione nei prossimi mesi, ma sicuramente parliamo di un mercato in fermento, dove lo spazio per agire c'è e non è nemmeno poco".

La crescita della tonica, legata a doppio filo con il gin, viene rimarcata da **Marco Vicentini, Direttore vendite Meregalli Spirits**: "Post pandemia si è registrato un aumento dei sodati, quindi anche della tonica, grazie alla crescita costante del segmento gin e della richiesta sempre maggiore da parte del consumatore, che è tornato a bere fuori

casa. Dopo la ripartenza la tonica è stata la categoria che ha registrato la crescita più forte, con consumi non solo nella stagione estiva ma interessanti durante tutto l'arco dell'anno".

Quello della mixability è un trend citato anche da **Filippo Colombo, Country manager Fever Tree**, le cui referenze sono importate e distribuite in Italia da Velier: "La tendenza generale degli ultimi anni è rappresentata da



**"Nel 2022 alcune categorie di bevande, come le toniche e le limonate, hanno fatto registrare trend di crescita"**

**Antonio Rigano**  
Senior brand manager italian sparkling drinks Gruppo Sanpellegrino

## Sfide future



### MIXABILITY

Promuovere l'utilizzo delle toniche anche nella mixology non alcolica è una strada da percorrere in futuro per far crescere ulteriormente la categoria



### LOCALISMI

Puntare in maniera sempre maggiore su ingredienti locali, italiani, di alta qualità è e sarà un fattore vincente anche nei prossimi anni



### SALUTISMO

Healthy e wellness, oggi al centro di gran parte delle strategie delle aziende food, saranno due 'parole d'ordine' anche nella produzione delle toniche

un costante aumento dei cocktail legati al mondo gin. Questo ha determinato una crescita delle toniche, anche di quelle aromatizzate. Basti pensare al grande successo della nostra referenza Mediterranean Tonic".

**Antonio Rigano, Senior brand manager italian sparkling**

**QUEST'ANNO LA CRESCITA COSTANTE DEL SEGMENTO GIN HA TRASCINATO ANCHE LE TONICHE**

**drinks Gruppo Sanpellegrino**, sottolinea un aspetto molto importante emerso dopo la pandemia, ovvero l'incremento del consumo domestico di cocktail, che ha trascinato anche le vendite di tonica: "Nonostante la crescita del canale fuori casa, la mixology casalinga è rimasta un trend di forte interesse per il consumatore, il quale nel tempo si è avvicinato maggiormente al mondo della miscelazione. Infatti, oltre alle occasioni di consumo fuori casa, alle persone piace sempre di più mettersi alla prova e cimentarsi nella preparazione di cocktail a casa propria, in compagnia o da soli".

### I TREND EMERGENTI

I player del settore cavalcano il successo delle toniche, così come della miscelazione in generale, con nuove referenze innovative. "Nel 2022 alcune categorie come quella delle limonate o delle toniche hanno 'vissuto' un trend di crescita; altre, invece, hanno particolarmente sofferto, come nel caso della categoria delle aranciate - dichiara Rigano -. I diversi player del mercato stanno cercando di cavalcare i nuovi trend



La gamma di toniche Fever Tree, importata e distribuita in Italia da Velier

per rendere la tonica sempre più interessante e per rispondere alle nuove esigenze dei consumatori che sono in continua evoluzione. In questo contesto Bibite Sanpellegrino ha reagito lanciando la sua nuova gamma con 100% ingredienti naturali. Si tratta di un range di prodotti agrumati rivisto non solo nella formula ma anche nella brand identity, caratterizzata da una nuova veste grafica, ancor più elegante e premium. Inoltre, tra le maggiori tendenze cavalcate dalle aziende del comparto delle 'no cole' ci sono senza dubbio quello della naturalità e dell'healthy and wellness".

Vicentini, in merito ai soft drink 'no cole', sottolinea che "domina ancora il consumo di tonica. Noi siamo cresciuti soprattutto con la varietà Connoisseur, una tonica più fine per palati più esperti. È leggermente in calo il consumo di ginger beer, in quanto sta diminuendo la richiesta del cocktail Moscow Mule da parte del consumatore, mentre è aumentato il pompelmo rosa che viene usato per il cocktail Paloma".

Nel complesso, i trend più evidenti che stanno emergendo nel segmento toniche sono certamente

la premiumizzazione dell'offerta, la varietà dell'assortimento, con nuove referenze aromatizzate e caratterizzate da un elevato livello di innovazione e la naturalità degli ingredienti. Da aggiungere inoltre che in questo segmento i produt-

tori stanno ricercando aromi innovativi, particolari, prevalentemente di origine italiana.

### QUALCHE OMBRA ALL'ORIZZONTE

Passata, se non del tutto, la bufera della pandemia, ecco che all'orizzonte, per il mercato delle toniche e, più in generale, per tutte le merceologie presenti nel fuori casa, si stagliano ombre legate all'aumento del costo delle materie prime e dell'energia. Coma stanno affrontando questa problematica i produttori? **"Il costo della tonica è quasi esclusivamente legato all'imballo**, perché per il resto parliamo di acqua, zucchero e aromi – afferma Missiroli –. Quindi gli aumenti registrati nel vetro e nel cartone si fanno sentire in maniera importante, ma almeno le toniche subiscono meno i rincari sul fronte delle materie prime.

### GLI AUMENTI REGISTRATI PER IL VETRO E NEL CARTONE SI FANNO SENTIRE ANCHE NEL SEGMENTO DELLE TONICHE, ESENTE, PERÒ, DAL RINCARO DELLE MATERIE PRIME

Più difficile invece la situazione per l'anidride carbonica necessaria per realizzare le bevande, anche se in questo caso devo dire che al momento noi non abbiamo avuto particolari problemi con i nostri fornitori. Detto ciò, anche sulle toniche Bitter Salfa siamo dovuti intervenire con aumenti nei listini dovuti principalmente ai rincari energetici e dei packaging, ma si tratta sempre di interventi che non coprono il reale incremento nei costi produttivi a cui la nostra azienda deve far fronte".

Non poche difficoltà sta affrontando Meregalli, che importa i prodotti Fentimans dall'Inghilterra: "Abbiamo riscontrato problemi di aumenti legati al vetro, all'anidride carbonica, alla logistica e, non da ultimo, alle conseguenze della Brexit – spiega Vicentini –. Anche le tempistiche di importazione si sono decisamente allungate. Al momento, il prezzo dei prodotti in Italia è stabile. Per quest'anno, infatti, come Meregalli Spirits siamo riusciti ad assorbire gli aumenti, ma a gennaio dovremo necessariamente alzare il listino.



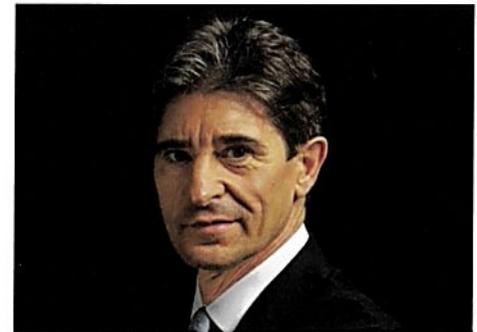
L'assortimento dei soft drink a marchio Bitter Salfa di Conserve Italia

## SAN BENEDETTO

**Schweppes, barra a dritta sulla mixology**

Schweppes è la tonica leader in Italia, in un mercato che, come sottolinea **Vincenzo Tundo, Direttore commerciale e marketing Italia Acqua Minerale San Benedetto**, “presenta un andamento positivo nel 2022, con un +20% (fonte: Iri Grossisti Bevande), a seguito dell’effetto Covid sui volumi del 2021”. All’interno delle vendite di tonica è fondamentale il ruolo della mixability. “Rappresenta ormai un trend consolidato e in continua crescita – conferma Tundo –, anche nella declinazione mixology casalinga, in quanto sull’onda della pandemia molti consumatori si dedicano in prima persona alla preparazione dei loro cocktail preferiti, creando

così una tendenza in continua crescita che sta impattando anche su una maggiore richiesta di premiumness, cioè di toniche più ricercate, ad hoc per la miscelazione. Inoltre, stiamo assistendo a una ripresa dei consumi di tonica liscia come aperitivo o come bibita dissetante”. Parlando di Schweppes, di recente è stato realizzato il restyling della linea di Toniche Premium Schweppes Selection per la mixology.



Vincenzo Tundo, Direttore Commerciale e marketing

“Inoltre abbiamo lanciato, sempre recentemente, Schweppes Pompelmo in rosa nel formato da 0,18 l in vetro – afferma il manager San Benedetto –. Si tratta di una bevanda intensa e originale, caratterizzata da un gusto dolce e aspro al tempo stesso, estremamente dissetante, ma anche ideale per creare nuovi cocktail, come il Paloma, fresco e fruttato, perfetto per l’aperitivo”.

**SCHWEPES POMPELMO IN ROSA È UNA BEVANDA DAL GUSTO DOLCE E ASPRO ALLO STESSO TEMPO**



PLAYERS	ACQUA MINERALE SAN BENEDETTO	BEVANDE FUTURISTE	CEDRAL TASSONI	COCA-COLA HBC ITALIA
Brand	Schweppes	Cortese	Tassoni	Kinley
Prodotto	Schweppes Selection Tonica classica	Scortese Pura Tonica Botanica	Tonica Superfine all'aroma naturale di cedro	Tonic Water
Descrizione	Tonica premium pensata per la mixability, presentata nella storica bottiglia heritage nelle varianti Tonica Classica, Tonica Hibiscus e Tonica Pepe Rosa. Nel pratico confezionamento in scatole x12	Mix di ingredienti inedito per un gusto deciso, all'insegna della naturalità, dell'italianità, dell'unicità. Ideale per creare cocktail originali e distintivi	Tonica Superfine è l'acqua tonica premium firmata Tassoni. La freschezza del cedro armonizza le note amare del legno di quassio con un bouquet speziato e floreale, in grado di accontentare i palati più fini	Rinfrescante e gustosa, dal sapore caratteristico e leggermente amaro, ideale per la preparazione di cocktail
Formato	Bottiglia da 0,20 l	Bottiglia da 0,20 l	Bottiglia da 0,18 l	Bottiglia da 0,18 l

## CEDRAL TASSONI

## Ingredienti di alta qualità 'firmano' la tonica Tassoni

Cedral Tassoni, azienda che fa parte del Gruppo Lunelli, sta cercando di trasmettere agli operatori Horeca l'alta qualità delle materie prime utilizzate nella produzione della linea di Toniche Premium. L'ultima novità è rappresentata dalla Tonica Superfine Tassoni, l'acqua tonica premium con aroma naturale di cedro. "Si tratta di una bibita dal gusto naturale, pura e cristallina, con un sapore



I cedri sono alla base di molti prodotti Cedral Tassoni

agrumato e note di erbe aromatiche – spiega **Simone Masè, Direttore generale Gruppo Lunelli e Ad Tassoni** -. Al posto del chinino, che conferisce il tipico retrogusto amaro, è stato preferito l'aroma naturale di quassio, il cui legno contiene la quassina, sostanza dal noto potere amaricante. La base è costituita da acqua demineralizzata per esaltare gli aromi, con aggiunta di anidride carbonica e acido citrico, insieme al mix di agrumi che la rende unica nel suo genere".

Per il futuro l'azienda annuncia alcune novità che saranno svelate nel 2023.

**LA TONICA SUPERFINE TASSONI È UNA BIBITA PREMIUM DAL GUSTO NATURALE, PURA E CRISTALLINA**

## GRUPPO CAFFO 1915

## Toniche Bisleri a 'misura' di bartender

Da quando ha acquisito il marchio Bisleri, nel 2020, Gruppo Caffo 1915 ha puntato sulla diversificazione dell'assortimento del brand storico, che comprende anche la gamma di toniche. Come spiega **Fabrizio Tacchi, Amaro e Spirits ambassador Gruppo Caffo 1915**, "le toniche Bisleri sono tutte a base di infuso delle migliori qualità di corteccia di china, la stessa che viene utilizzata dal 1881 per il famoso Ferro China Bisleri. La gamma comprende la classica Indian che si rifà al passato, con un gusto più secco e amaricante dato proprio dalla corteccia di China ed è ideale per i cocktail classici. La Mediterranean Bisleri ha un gusto più morbido e



Fabrizio Tacchi, Amaro e Spirits ambassador

si caratterizza per la componente di erbe fresche protagoniste delle note tipiche del Mediterraneo. La tonica Zenzero Bisleri si riconosce per la sua innovativa nota amara e piccante data dalla vera radice di Zenzero. È ottima anche come bibita analcolica o per cocktail fantasiosi hot e spiced". Gruppo Caffo 1915 propone un gin tonic d'eccezione, Emporia & Tonic, realizzato con due prodotti aziendali: Emporia Gin e Tonica al Bergamotto Bisleri.

## VELIER

## Fever Tree, 'attrice protagonista' della mixability



Filippo Colombo, Country manager Italia Fever Tree

Fever Tree, tonica premium importata e distribuita da Velier, ha fatto registrare performance di crescita molto importanti nel 2022. "Già nel 2021 i consumi erano stati molto positivi – sottolinea **Filippo Colombo, Country manager Italia Fever Tree** –, ma quest'anno la crescita è stata veramente eccezionale: tra la primavera e l'estate abbiamo registrato nel canale Horeca un incremento delle vendite del 60% rispetto al 2021". Per Fever Tree l'Italia è il mercato più importante dopo il Regno Unito, per cui, come spiega Colombo, "stiamo ampliando il nostro team, cercando persone appassionate e che conoscano il mondo del beverage e della mixability in particolare".

L'ultima novità lanciata dall'azienda è la referenza Tonica Lampone & Rabarbaro che, come spiega il manager Fever Tree, "è un'acqua tonica rinfrescante e fruttata, creata unendo gli aromi naturali del rabarbaro dolce con i succosi lamponi scozzesi, perfetta da abbinare con un London Dry Gin a scelta, per dare un tocco di dolcezza al Gin Tonic". Da sottolineare che il rabarbaro viene raccolto nella selvaggia regione del Norfolk in Inghilterra, dove il Mare del Nord e l'abbondanza di pioggia forniscono le condizioni di crescita perfette per questa pianta.

**TONICA LAMPONE & RABARBARO: L'ULTIMA NOVITÀ, PERFETTA DA ABBINARE AL GIN**

## CONSERVE ITALIA

## Bitter Salfa punta sulla formazione

Lo storico brand Bitter Salfa, che dagli anni Ottanta fa parte del gruppo emiliano Conserve Italia, prosegue il suo percorso fatto di qualità e innovazione di prodotti dedicati soprattutto al mondo dell'Horeca, proponendo un'ampia linea di bevande sodate, tra cui la Tonica Classica e la Tonica Mediterranea, ideali come ingredienti per la realizzazione di cocktail.

La strategia legata a questo marchio vede in prima fila la formazione, sviluppata in collaborazione con prestigiose scuole professionali e altre aziende che operano nei fuori

casa, come Mokador. "Puntiamo a consolidare i rapporti già avviati con importanti scuole di barman che promuovono corsi di formazione, all'interno dei quali inseriamo la nostra gamma di sodate Bitter Salfa sia nel formato 200 ml sia nel formato 100 ml - afferma **Piergiorgio Missiroli, Business development Horeca Conserve Italia** -. Dalla Mokador Academy di Faenza alla Flairtender di Padova, fino all'Accademia del Bar di Bologna e a varie realtà che stiamo approcciando in Campania, non smettiamo di investire in quei contesti che ci consentono di



Piergiorgio Missiroli, Business development Horeca

incontrare i professionisti del settore, gli esperti della mixology, per avere occasioni privilegiate di presentare le nostre gamme e monitorare gli sviluppi del mercato. Siamo infatti sempre molto attenti alle tendenze per lo sviluppo di nuovi prodotti".

## MEREGALLI

## Fentimans, spazio alle toniche aromatizzate

Meregalli importa e distribuisce in Italia la linea di soft drink firmati da Fentimans che comprende una serie di toniche, anche aromatizzate, tra cui la varietà Connoisseur, "una tonica più fine per palati più esperti, che sta avendo performance molto positive nei fuori casa" spiega **Marco Vicentini, Direttore vendite Meregalli Spirits**.

Per quanto riguarda i progetti futuri,

### IL FLAVOUR DEPARTMENT DI FENTIMANS STA LAVORANDO PER NUOVE ESPERIENZE SENSORIALI

"abbiamo una varietà di gusti già molto ampia - afferma Vicentini -, ma il Flavour Department in Inghilterra, dove viene prodotta Fentimans, sta lavorando a nuove esperienze sensoriali. Sicuramente gli agrumati ci stanno dando soddisfazione, Yuzu e Pompelmo in primis. E vedo anche la possibilità di un ritorno della Lemon, in veste più premium".



PLAYERS	COCA-COLA HBC ITALIA	CONSERVE ITALIA	GRUPPO CAFFO
Brand	Lurisia	Bitter Salfa	Bisleri
Prodotto	Tonica con Ireos toscano	Tonica Mediterranea	Acqua Tonica Indian
Descrizione	Tonica impreziosita dall'estratto di ireos toscano, un fiore esportato in tutto il mondo la cui radice dona un tocco unico	Una tonica che, all'alta qualità dell'estratto di corteccia di china, abbina il profumo pungente e selvatico del migliore alloro lucano e la dolce e rinfrescante aggressività del rosmarino	L'amaricante è conferito dall'infuso naturale ottenuto da selezionate partite di corteccia di china utilizzata da sempre da Bisleri. Leggera e rinfrescante per la presenza di limone
Formato	Bottiglia da 150 ml	Bottiglia da 200 ml	Bottiglia da 200 ml

## GRUPPO SANPELLEGRINO

## 'Bar Brillante', i bar protagonisti sui canali social

In termini di portfolio, Gruppo Sanpellegrino propone due Toniche della gamma Bibite Sanpellegrino: Tonica Rovere e Tonica Agrumi. "Tonica Rovere nasce con la volontà di presidiare sempre meglio il mondo della miscelazione e di creare esperienze di gusto distintive – spiega **Antonio Rigano, Senior brand manager italian sparkling drinks** -. Partendo dalla nota legnosa che caratterizza i distillati in botte, abbiamo infatti identificato nel rovere l'ingrediente perfetto per una tonica di ultima generazione che dona ai cocktail un sapore deciso con note barricate e sentori amaricanti all'olfatto. Tonica Agrumi, invece, è un'acqua tonica profumata e fresca, facilmente adattabile a diversi tipi di cocktail grazie alla sua complessità particolarmente bilanciata". Del Gruppo Sanpellegrino fa parte anche

l'iconica tonica Acqua Brillante Recoaro, marchio storico che risale al 1954. Emblema di tradizione e sinonimo di intensa freschezza, Acqua Brillante è preparata a partire da una ricetta antica e tuttora segreta che le conferisce un gusto leggermente amarognolo. "La principale novità che ha riguardato quest'anno Acqua Brillante è il nuovo formato da 90 cl che ci permette di entrare nelle case degli italiani cavalcando tematiche importanti quali la condivisione, la famiglia e gli amici – dichiara Rigano -. Non solo, il formato si rivela performante anche nei bar per la preparazione dei cocktail. E proprio per il canale bar, il brand ha lanciato la scorsa estate 'Bar Brillante', un'iniziativa volta a dare visibilità ai bar italiani che condividono la passione per questa tonica attraverso video-interviste pubblicate sui

canali social di Acqua Brillante e sul magazine Flawless, partner del progetto".

"Quindi, con entrambe le marche vogliamo regalare ai consumatori un'esperienza di bevuta e/o miscelazione all'italiana – conclude il manager -. E lo facciamo partecipando alle più grandi manifestazioni riguardanti la miscelazione, come è avvenuto nel 2022, alla Milano Mixology Experience o al Roma Bar Show per far conoscere a consumatori e bartender la versatilità della nostra gamma".

**È STATO DI RECENTE  
LANCIATO IL NUOVO  
FORMATO DA 90 CL DELLA  
STORICA ACQUA BRILLANTE**



PLAYERS	GRUPPO SANPELLEGRINO	MEREGALLI	NATYS	VELIER
Brand	Bibite Sanpellegrino	Fentimans	Britvic	Fever Tree
Prodotto	Tonica Agrumi	Pink Grapefruit Tonic Water	Elderflower Tonic Water	Mediterranean Tonic Water
Descrizione	Acqua tonica profumata e fresca, con perlage persistente e intenso. Va servita ben fredda a 6°C, aggiungendo una fetta di limone o scorza di agrumi, oppure bergamotto o cedro. È ideale per la mixability	Prodotta con il 'Botanical brewing', una tecnica che viene impiegata per creare bevande premium, attraverso l'infusione di botaniche selezionate, con la miscelazione e la fermentazione, dalla durata di 7 giorni, dei migliori ingredienti naturali	Acqua tonica aromatizzata ai fiori di sambuco, fornita ufficialmente alla casa reale inglese	Tonica ottenuta miscelando gli oli essenziali dei fiori, dei frutti e delle erbe raccolte sulle coste del Mediterraneo. Le delicate sensazioni amare del chinino ben si legano alle note più citriche ed erbacee
Formato	Bottiglia da 200 ml	Bottiglia da 200 ml	Bottiglia da 200 ml, lattina da 150 ml	Bottiglia da 200 ml