



Ferrero: debuttano 2 innovazioni dell'â??iconico Estath©, una bevanda per sportivi e caramelle Tic Tac

Descrizione

(Adnkronos) â?? Come ormai da tradizione lâ??arrivo dell'â??estate fa rima con Estath©, un power brand che dal debutto, nel 1972, Ã? diventato negli anni dei marchi piÃ¹ iconici del panorama beverage italiano, capace di trasformare il rito del tÃ? freddo in un'â??esperienza di consumo riconoscibile, trasversale e profondamente radicata nelle abitudini degli italiani. Nato dall'â??intuizione di Michele Ferrero di rendere disponibile il piacere del vero infuso di foglie di tÃ? in una versione fresca e pronta da bere, Estath© si conferma oggi un power brand del Gruppo Ferrero, consumato tutto lâ??anno da milioni di famiglie italiane e marca di riferimento nel mercato del tÃ? pronto. Un brand capace di estendersi a piÃ¹ categorie e mondi di consumo dai tÃ? freddi alle bevande sportive con sali minerali, dai gelati fino alle caramelle senza mai perdere la propria identitÃ? ma restando fedele alla sua unicitÃ?, il vero infuso di foglie di tÃ?.

E per lâ??estate 2026 debuttano due innovazioni, Estath© Sport, prima bevanda per giovani sportivi, e la limited edition Tic Tac Estath© Limone mentre un nuovo formato di Estath© Zero completa la sua gamma con il lancio della lattina e attiva una partnership musicale con il cantautore italiano Alfa che ne diventa ambassador e ne accompagnerÃ? la stagione, portando il brand a contatto diretto con il pubblico giovane, anche lungo il suo tour estivo. â??L'â??innovazione Ã? da sempre uno dei pilastri del nostro modello di sviluppo: significa rafforzare la leadership nel core business e, allo stesso tempo, avere il coraggio di aprire spazi nuovi â?? commenta Fabrizio Gavelli, presidente e ad di Ferrero Commerciale Italia â?? Le novitÃ? del 2026 nascono esattamente da questo equilibrio. Un equilibrio che negli ultimi dieci anni ha fatto crescere il fatturato di Estath© di 125 milioni di euro, grazie alla soliditÃ? del core business, all'â??innovazione strategica e alla destagionalizzazione: un percorso che porta la marca a circa 400 milioni di euro di fatturato, con lâ??ambizione di crescere ancora. Con Estath© Sport entriamo per la prima volta nel mondo delle bevande sportive dedicate ai piÃ¹ giovani; con Estath© Zero, di cui il cantante Alfa diventa ambassador, intercettiamo le occasioni di consumo fuori casa e la crescente domanda di prodotti senza zuccheri; con le attivitÃ? di marca dell'â??estate rinnoviamo il legame, mai interrotto, tra Estath© e il divertimento degli italiani. Il filo che unisce tutto questo resta lo stesso da oltre cinquant'anni: il vero infuso di foglie di tÃ?, una qualitÃ? e un gusto distintivi che continuano a fare la differenza sul mercato italianoâ?•.

Tratto distintivo di Estath© che continua ancora oggi a differenziarlo nel mercato e che rappresenta il cuore della sua qualità. Le pregiate foglie, raccolte a mano in Oriente, dove clima e altitudine ne favoriscono la crescita ottimale, vengono selezionate, essiccate naturalmente e trasportate in Italia, dove sono sottoposte ai rigorosi controlli dei Laboratori Ferrero. L'infusione in acqua calda, secondo tradizione, ne esprime al meglio aroma e proprietà, mentre il confezionamento senza conservanti né coloranti garantisce sicurezza e un gusto autentico in ogni sorso. Estath©, nel segmento dei soft drink, è oggi la bevanda non gassata più bevuta in Italia e negli ultimi anni ha registrato crescita costante di quote di mercato, anche grazie al contributo delle linee complementari che sempre di più intercettano gusti e tendenze dei consumatori. Un percorso che conferma la capacità di Estath© di essere protagonista dell'estate degli italiani e, al tempo stesso, una bevanda amata tutto l'anno.

Estath© Sport, principale innovazione di quest'anno, è la bevanda con cui il brand entra per la prima volta nel segmento delle bevande sportive. Ideata per giovani sportivi, a base di vero infuso di foglie di tè, con sali minerali, nei gusti Limone e Arancia, è pensata per idratare e reintegrare durante e dopo l'attività fisica, si distingue per l'assenza di coloranti ed edulcoranti e la pratica Brick Bottle, sicura, resistente e richiudibile, accompagna facilmente ogni attività. Il mercato delle bevande sportive vale oggi circa 100mln di euro e circa 600.000 quintali: Estath© Sport, si inserisce in uno spazio ancora poco esplorato, proponendo una bevanda a base di vero tè, che interpreta lo sport come momento di aggregazione, passione e divertimento.

L'estate Estath© varca, poi, i confini del beverage con Tic Tac Estath© Limone, la limited edition nata dall'incontro tra due icone firmate Ferrero. Una collaborazione strategica che valorizza l'affinità tra i due brand: il gusto del limone, ispirato all'infuso di tè freddo Estath© si unisce alla freschezza tipica di Tic Tac per dare vita a Tic Tac Estath© Limone, disponibile nel formato da 49 grammi nei punti vendita per tutta la stagione estiva. E ancora, Estath© Zero, il vero infuso di foglie di tè dal gusto unico, in versione senza zuccheri, arriva nel formato lattina, sia nel canale grande distribuzione (Gdo) sia per rafforzare ulteriormente la presenza del brand nel canale Out-of-Home (Ooh). Il legame tra Estath© e lo sport trova, inoltre, conferma nell'Estath© 3 Italia Streetbasket Circuit, il circuito dedicato al basket 3, maschile e femminile, organizzato dalla Federazione Italiana Pallacanestro (Fip) in collaborazione con Master Group Sport, di cui Estath© è Title Sponsor da cinque anni. La nuova edizione ha preso il via sabato 30 maggio 2026 ad Alba, sede storica del Gruppo Ferrero, con l'Opening Tournament che inaugura una stagione di tornei nelle piazze di tutta Italia. Per il 2026 Estath©, poi, rinnova il proprio legame con il linguaggio pop con la nuova Lattina Summer Edition dedicata ai 12 segni zodiacali con una collezione "Oroscopo dell'Estath©". La collezione segue il filone delle limited edition: le 12 lattine sono presenti nei punti vendita Gdo e Ooh fino a esaurimento scorte.

Anche per l'estate 2026 parte l'operazione a premi firmata Estath© nel solco del concept "Non c'è estate senza Estath©". L'iniziativa si articola in cinque promo dedicate ai principali momenti dell'estate, dal food al tempo libero fino al back to school. In palio, oggetti firmati da brand di design e lifestyle dallo spirito estivo: dai kayak illustrati da Van Orton Design, il duo di illustratori torinesi noti per la loro estetica pop, alle sdraio Seletti e ai forni per pizza Ariete a cui si aggiunge una collaborazione speciale con Gassa d'Amante Milano, brand di beachwear con le borse mare e per il back to school, infine, in palio anche le agende Moleskine per il rientro sui banchi. Accanto alle nuove proposte, infine, l'offerta Estath© comprende Estath© Deteinato, disponibile nei gusti limone e pesca, ed Estath© The Verde, preparato con pregiate foglie di tè verde, per chi cerca un'alternativa più delicata e ricercata. La gamma si arricchisce inoltre con il ghiacciolo con

EstathÃ© Ice disponibile nei gusti pesca e limone.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Giugno 16, 2026

Autore

redazione

default watermark