

Norda cresce in controtendenza e diversifica sui tè

La società ha chiuso i conti 2009 con risultati migliori della media del mercato delle acque sia nella Gdo che nella ristorazione

Il 2009 è stato un anno difficile per le famiglie ed anche il settore alimentare ne ha risentito, esattamente come tutto il beverage. Per quanto riguarda l'acqua minerale la perdita complessiva è stata dell'1,5%. Particolarmente marcato l'arretramento nell'Ho.Re.Ca., complice il fatto che fra i tagli familiari più consistenti vi sono state proprio le spese per la ristorazione fuori casa. L'acqua perde infatti l'8,2% a volume e il 5,4% a valore. In questo quadro il gruppo **Norda** ha "tenuto", sviluppando un fatturato 2009 di circa 70 milioni di euro e 600 milioni di litri commercializzati ma per quanto riguarda il canale grossisti è riuscita ancora a porre i segni più sui volumi (+0,1%) e a valore (+0,4%). Attualmente la quota di mercato di **Norda** nell'Ho.Re.Ca. sia attesta all'8,8% a volume e al 10,6% a valore. E' in questo scenario che il gruppo della famiglia Pessina amplia le sue strategie e punta a rafforzare la sua presenza nel mercato dei soft drink con un nuovo impianto produttivo, lanciando tre tipologie di tè e rilanciando con due gusti la sua Cola.

