



## NON C'È ESTATE SENZA ESTATHÉ®

*L'estate 2026 di Estathé®: un Power Brand che innova in più direzioni restando fedele alla sua unicità, il vero infuso di foglie di tè.*

- **Le innovazioni:** debuttano ESTATHÉ SPORT, prima bevanda per giovani sportivi, e la limited edition Tic Tac® Estathé® Limone.
- **Un nuovo formato:** Estathé® Zero completa la sua gamma con il lancio della lattina e attiva una partnership con Alfa
- **Lo sport in piazza:** è ripartito da Alba l'Estathé® 3x3 Italia, circuito FIP di basket 3x3.
- **Le attività di marca:** tornano la Summer Edition lattine con un nuovo tema e l'operazione a premi dell'estate.

Dal 1972, anno della sua nascita, **Estathé®** rappresenta uno dei marchi più iconici del panorama beverage italiano, capace di trasformare il rito del tè freddo in un'esperienza di consumo riconoscibile, trasversale e profondamente radicata nelle abitudini degli italiani. Nato dall'intuizione di Michele Ferrero di rendere disponibile il piacere del vero infuso di foglie di tè in una versione fresca e pronta da bere, **Estathé® si conferma oggi un Power Brand del Gruppo Ferrero**, consumato tutto l'anno da milioni di famiglie italiane e marca di riferimento nel mercato del tè pronto. Un brand capace di estendersi a più categorie e mondi di consumo - dai tè freddi alle bevande sportive con sali minerali, dai gelati fino alle caramelle - senza mai perdere la propria identità.

Questa forza si traduce in **un'offerta ampia e in continua evoluzione**: una gamma completa di tè freddi - nelle versioni classica, zero, deteinata e tè verde - affiancata dalle nuove bevande sportive con sali minerali, dalla presenza nel mondo dei gelati con ESTATHÉ ICE e, grazie a una storica collaborazione inedita tra due marchi iconici Ferrero, persino in quello delle caramelle con la limited edition Tic Tac® Estathé® Limone. Un marchio capace di entrare in categorie e occasioni diverse, restando sempre riconoscibile.

Ma l'elemento che più di ogni altro definisce Estathé® è la sua **caratteristica storica e inimitabile: è l'unico tè freddo realizzato con vero infuso di foglie di tè**. Un tratto distintivo 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.

**Estathé®, nel segmento dei soft drink, è oggi la bevanda non gassata più bevuta in Italia e negli ultimi anni ha registrato crescite costanti 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 Estathé® di essere protagonista dell'estate degli italiani e, al tempo stesso, una bevanda amata tutto l'anno.

È in questo scenario che prendono vita le **novità Estathé® 2026**: una nuova stagione di lanci che unisce il consolidamento del business storico a una decisa spinta verso nuovi segmenti, nuove occasioni di consumo e nuovi pubblici.

Un'estate che vede Estathé® Zero protagonista anche grazie a una nuova partnership musicale: **Alfa diventa ambasciatore di Estathé® Zero** e ne accompagnerà la stagione, portando il brand a contatto diretto con il pubblico giovane, anche lungo il suo tour estivo.



**Fabrizio Gavelli, Presidente e Amministratore Delegato di Ferrero Commerciale Italia**, commenta:  
*“L’innovazione è 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. Le novità del 2026 nascono esattamente da questo equilibrio. Un equilibrio che negli ultimi dieci anni ha fatto crescere il fatturato di Estathé di 125 milioni di euro, grazie alla solidità del core business, all’innovazione strategica e alla destagionalizzazione: un percorso che porta la marca a circa 400 milioni di euro di fatturato, con l’ambizione di crescere ancora. Con Estathé Sport entriamo per la prima volta nel mondo delle bevande sportive dedicate ai più giovani; con Estathé Zero, di cui il cantante Alfa diventa ambasciador, intercettiamo le occasioni di consumo fuori casa e la crescente domanda di prodotti senza zuccheri; con le attività di marca dell’estate rinnoviamo il legame, mai interrotto, tra Estathé e il divertimento degli italiani. Il filo che unisce tutto questo resta lo stesso da oltre cinquant’anni: il vero infuso di foglie di tè, una qualità e un gusto distintivi che continuano a fare la differenza sul mercato italiano”.*

## LE NOVITÀ 2026 · 1

### LE INNOVAZIONI: ESTATHÉ SPORT E TIC TAC® ESTATHÉ® LIMONE

Il 2026 segna due debutti che raccontano bene la capacità di Estathé® di innovare in direzioni diverse: l’ingresso in un nuovo segmento di consumo con **ESTATHÉ SPORT** e l’incontro tra due icone Ferrero con **Tic Tac® Estathé® Limone**. Due strade differenti, un solo punto di partenza: il gusto unico del vero infuso di foglie di tè.

#### **ESTATHÉ SPORT**

La principale innovazione di quest’anno è **ESTATHÉ SPORT**, con cui il brand entra per la prima volta nel segmento delle **bevande sportive**, ampliando i propri confini coprendo **nuovi bisogni e occasioni di consumo**.

La nuova bevanda 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 e si distingue per **l’assenza di coloranti ed edulcoranti**. Tutta la freschezza del succo di limone o di arancia si unisce all’infuso di tè nero e ai sali minerali per una bevanda completa e reidratante. Grazie alla pratica Brick Bottle - sicura, resistente e richiudibile - accompagna facilmente ogni attività, offrendo un perfetto equilibrio tra gusto e funzionalità.

Il mercato delle bevande sportive vale oggi circa 100 milioni di euro e circa 600.000 quintali<sup>1</sup>. In questo scenario, ESTATHÉ SPORT si inserisce in uno spazio ancora poco esplorato, proponendo una bevanda a base di vero thè, che interpreta lo sport come momento di aggregazione, passione e divertimento.

Il lancio sarà supportato da un piano a 360° che coinvolgerà TV, digital, radio, attività sul territorio e visibilità nei punti vendita.

#### **TIC TAC® ESTATHÉ® LIMONE: DUE ICONE DI FRESCHEZZA**

L’estate Estathé® varca i confini della categoria beverage con **Tic Tac® Estathé® Limone**, la limited edition nata dall’incontro tra due icone firmate Ferrero. Una collaborazione strategica che valorizza l’affinità tra i due brand, entrambi simbolo di gusto, piacevolezza e positività, e dà vita a un’esperienza inedita: il gusto distintivo del limone, ispirato all’inconfondibile infuso di tè freddo Estathé®, si unisce alla freschezza tipica di Tic Tac®.

---

<sup>1</sup> Fonte: Circana Tot Ita + Discount + OnLine, A.T. Dicembre 2025 vs 2021 Bevande Isotoniche



Pensato per un consumo pratico e “on-the-go”, Tic Tac® Estathé® Limone è disponibile nel formato da 49 grammi nei punti vendita per tutta la stagione estiva. Il lancio è sostenuto da un ecosistema di comunicazione a 360°, con una campagna televisiva, attivazioni in store e iniziative digitali, pensato per massimizzare visibilità e coinvolgimento, soprattutto tra i giovani adulti. Un esempio concreto della capacità di Ferrero di creare sinergie di valore all’interno del proprio portafoglio di marche.

## LE NOVITÀ 2026 • 2

### LATTINA ESTATHÉ® ZERO E LA PARTNERSHIP CON ALFA

**Estathé® Zero, il vero infuso di foglie di tè dal gusto unico, in versione senza zuccheri, arriva nel formato lattina**, sia nel canale GDO sia per rafforzare ulteriormente la presenza del brand nel canale Out-of-Home (OOH): una soluzione pratica e adatta a diverse occasioni di consumo, particolarmente apprezzata da un pubblico giovane.

Il segmento “senza zucchero” è oggi uno dei principali motori di sviluppo del mercato beverage: al suo interno, tra i player del tè, Estathé® Zero traina la crescita del segmento con crescite a doppia cifra negli ultimi anni su entrambi i canali, in casa e fuori casa.

La scelta della lattina si inserisce in un contesto in cui il formato è il principale driver del consumo fuori casa: la lattina ne è il formato elettivo e **rappresenta circa la metà dei consumi di Estathé® fuori dalle mura domestiche**<sup>2</sup>. Con questa novità il brand punta a intercettare nuove occasioni di consumo nell’OOH, consolidando il proprio posizionamento nel segmento zero zuccheri.

A dare ulteriore energia a Estathé® Zero è la partnership con il cantautore italiano **Alfa**, che ne diventa **ambassador**: volto giovane e autentico della scena musicale contemporanea, accompagnerà Estathé® Zero lungo tutta l’estate. La collaborazione coinvolgerà anche il **tour estivo dell’artista**, portando il brand a diretto contatto con il pubblico giovane e dinamico dei concerti, in piena coerenza con le nuove occasioni di consumo fuori casa.

Il percorso del brand, avviato con la campagna “Il sapore unico della libertà”, prosegue con questa partnership: un nuovo capitolo nel racconto di libertà alla base della comunicazione di Estathé® Zero. Un’unione che connette gusto e musica in un’esperienza ancora più coinvolgente, con l’obiettivo di rendere Estathé® Zero protagonista dell’estate 2026, dentro e fuori casa.

## LO SPORT IN PIAZZA

### ESTATHÉ® 3X3 ITALIA: LO SPORT CHE SI FA IN PIAZZA

Il legame tra Estathé® e lo sport trova la sua espressione più concreta nell’**Estathé® 3x3 Italia Streetbasket Circuit**, il circuito dedicato al basket 3x3, maschile e femminile, organizzato dalla Federazione Italiana Pallacanestro (FIP) in collaborazione con Master Group Sport, di cui Estathé® 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.

Coerente con i valori di lealtà, rispetto e inclusione che il brand condivide con la FIP, il circuito coinvolge in modo trasversale tutte le categorie del 3x3 - Juniores e Seniores, maschile e femminile, oltre alle squadre BSR

---

<sup>2</sup> Fonte: Hera, Gest 24/25, OOH+C&C, GS Mio€.



- unendo attività agonistica, valorizzazione del settore giovanile e iniziative aperte al pubblico. Anche per il 2026 Estathé® sarà al fianco del circuito con la sua allegria, tra animazioni, giochi a premi e la freschezza del suo gusto unico, confermando lo sport come momento di aggregazione, divertimento e socialità.

## LE ATTIVITÀ DI MARCA DELL'ESTATE

### LATTINA SUMMER EDITION 2026 – “OROSCOPO DELL'ESTATHÉ®”

Da sempre protagonista indiscussa dell'estate degli italiani, per il 2026 Estathé® rinnova il proprio legame con il linguaggio pop e con i codici dell'intrattenimento attraverso la nuova **Lattina Summer Edition dedicata ai 12 segni zodiacali**.

La collezione “**Oroscopo dell'Estathé®**” prende vita tramite 12 grafiche differenti che ironizzano sulle abitudini estive degli italiani, trasformando i luoghi comuni astrologici in un contenuto leggero e perfettamente coerente con lo spirito autoironico e divertente del brand. La collezione segue il filone delle limited edition: le 12 lattine sono presenti nei punti vendita GDO e OOH fino a esaurimento scorte.

### L'OPERAZIONE A PREMI DELL'ESTATE 2026

A rendere l'estate ancora più allegra ci pensa la nuova **operazione a premi firmata Estathé®**, pensata per consolidare il legame con i momenti di intrattenimento, convivialità e divertimento che caratterizzano la bella stagione, nel solco del concept “Non c'è estate senza Estathé®”. L'iniziativa si articola in cinque promo dedicate ai principali momenti dell'estate, dal food al tempo libero fino al back to school, con premi pensati per accompagnare i consumatori nelle esperienze più iconiche della stagione.

In palio, oggetti firmati da brand di design e lifestyle dallo spirito profondamente 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 questi si aggiunge una collaborazione speciale con **Gassa d'Amante Milano**, brand del beachwear che reinterpreta lo stile marinaro italiano in chiave contemporanea, con le sue iconiche borse mare. Per il back to school, infine, in palio anche le agende **Moleskine** dedicate al rientro tra i banchi.

## IL PORTAFOGLIO

### UNA GAMMA PER OGNI OCCASIONE DI CONSUMO

Le novità del 2026 si inseriscono in una gamma sempre più ampia e articolata, sviluppata per rispondere a ogni diversa esigenza di consumo. L'offerta si distingue anche per la varietà dei formati disponibili: dall'iconico bicchierino simbolo del brand alla classica bottiglia da 1,5 litri, fino alle soluzioni più pratiche “on-the-go”, come la brick bottle, la lattina da 0,33L e la bottiglietta da 0,4L e, infine, la proposta più premium, la bottiglietta in vetro da 0,25L.

Accanto alle nuove proposte, l'offerta Estathé® comprende **Estathé® Deteinato**, disponibile nei gusti limone e pesca, che mantiene il gusto unico di Estathé® grazie all'utilizzo di aromi naturali, anche nelle limited edition dedicate agli universi Pokémon e Minions, oltre alla variante **Deteinato Camomilla**, pensata appositamente per i più piccoli. Si affianca poi **Estathé® Zero**, che propone il gusto unico di Estathé® ma senza zucchero, con estratto di stevia.

Non manca **Estathé® The Verde**, preparato con pregiate foglie di tè verde, per chi cerca un'alternativa più

# FERRERO

delicata e ricercata. La gamma si arricchisce inoltre con **ESTATHÉ ICE**, il ghiacciolo ideale per una pausa fresca e dissetante, disponibile nei gusti pesca e limone, e si completa quest'anno con **ESTATHÉ SPORT**, la nuova proposta dedicata ai giovani sportivi.

@estatheitalia | #Estathé #ThéBest

[www.estathe.it](http://www.estathe.it)

[facebook.com/estathe](https://facebook.com/estathe)