

ALTADIS

[Desconocido] | 7:58, 28/Mar |

Altadis intenta atraer al público femenino con nuevos cigarrillos

Lanza otros formatos para su tabaco aromatizado

Compártalo: Ayuda ¿le interesa?

Cinco Días / MADRID (28-03-2008)

El descenso en el consumo de tabaco en la mayor parte de los países occidentales está llevando a las principales tabacaleras a buscar los nichos de mercado más rentables. En los últimos años una de las áreas del negocio tabaquero que mejor está capeando el descenso del consumo es la venta de cigarrillos. Así, el último lanzamiento de Altadis, a través de su marca de cigarrillos manuales no habanos Vegafina, ha sido en cigarrillos aromatizados con un formato dirigido a celebraciones (bodas, comuniones...) y especialmente pensado para mujeres. Sólo el año pasado, en el segmento de celebraciones, se vendieron ocho millones de unidades, que representan el 5% del mercado de puros, que movió el año pasado cerca de 440 millones de euros.

Los cigarrillos minis (su tamaño es más pequeño que el habitual) con sabores se comenzaron a comercializar en España hace dos años. Vegafina lanzó sus cajetillas aromatizadas en octubre de 2006. Primero lo hizo en cajas metálicas, las típicas de los cigarrillos, y ahora da un impulso al producto con nuevos formatos. Desde hace dos años ha vendido más de 11,5 millones de unidades.

El deseo de atraer al público femenino no es exclusivo de Altadis. Otras compañías como Philip Morris están ensayando otras fórmulas. La tabacalera estadounidense ha lanzado en algunos países europeos la marca Uno Virginia Slims, con unos cigarrillos más largos de lo habitual y Reynolds, por su parte, comercializa un Camel especialmente rediseñado para fumadoras denominado Camel número 9, emulando el famoso perfume francés de Chanel.

En España, históricamente, los tabacos mentolados eran los destinados al público femenino, así como algunos cigarrillos con cierto contenido de puro que comercializaban marcas como More o Coronas.

Minipuritos en continuo ascenso

Dentro del segmento de cigarrillos, los minipuritos son los productos más vendidos. El año pasado supusieron casi el 57% de las ventas totales. Y fueron los que impulsaron el crecimiento en la venta de puros, con un aumento del 15%.

El año pasado se vendieron en España 1.090,5 millones de cigarrillos, el 6,2% más, de los que 617 millones correspondieron a los minis. Tanto los puritos como los puros experimentaron un pequeño descenso que fue compensado por el aumento de los minis, que van arañando año a año una mayor cuota en el mercado tabaquero. Vegafina tiene actualmente una cuota de mercado del 4,4% en el mercado total de cigarrillos, con un aumento de 0,3 puntos en 2007.