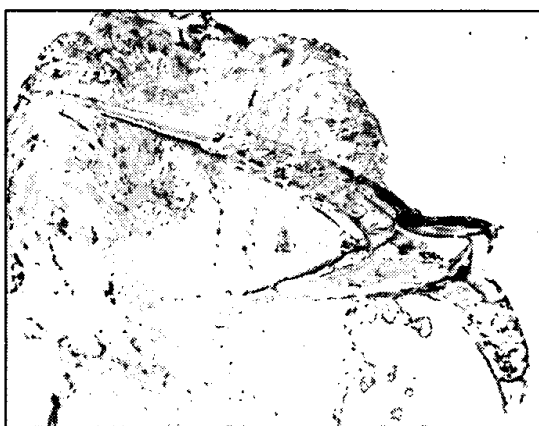


Data	Pagina
6 Giugno 09	13

San Benedetto e la sostenibilità

A occupare il secondo posto in classifica dietro il marketleader Nestlé Waters Italia c'è l'Acqua Minerale San Benedetto di Scorzè (Venezia), che punta decisamente sull'ambiente come filo conduttore della sua comunicazione. Con 510 milioni di fatturato in crescita in Italia (+2,5%), l'azienda punta a affermare l'immagine di marchio di riferimento grazie alla sua politica di prodotto e di servizio.



San Benedetto si è conquistata da tempo il marchio di azienda «virtuosa» in campo ambientale. «Nel 2008 abbiamo investito circa 15 milioni in comunicazione», spiega Vincenzo Tundo, direttore marketing dell'azienda. «Nel 2009 ne investiremo 20, gran parte in spot televisivi affidati sempre all'agenzia Claim Adv, ma anche in stampa, cinema e web con campagne tabellari», dice Tundo.