

INDUSTRIA: PRODOTTI E STRATEGIA PER IL DISTRIBUTORE

# Acqua Minerale San Benedetto, il percorso del valore

INNOVAZIONE, SPECIALIZZAZIONE E QUALITÀ  
FANNO DI SAN BENEDETTO LA PRIMA TOTAL  
BEVERAGE COMPANY IN ITALIA

**Abbiamo** intervistato Vincenzo Tundo, Direttore Marketing di Acqua Minerale San Benedetto.

Come è andato il 2011, per quanto riguarda San Benedetto, nel segmento dei consumi fuori casa? Il 2011 è

stato un anno a due facce con segnali di ripresa nel secondo semestre dovuti ad un andamento delle temperature più favorevoli. La situazione generale però resta molto difficile:

il contesto economico è incerto ed il potere di spesa diminuito che non aiuta i consumi fuori casa che sono ancora in territorio negativo.

Nonostante lo scenario non positivo ci siamo comunque confermati come la prima azienda a capitale interamente italiano del beverage analcolico con una quota di mercato del 13,0

% dell'intero volume (Fonte: Iri, Census YTD Settembre 2011). In ogni segmento occupiamo posizioni di leadership o co-leadership. Nel caso specifico nel fuori casa abbiamo mantenuto una quota di mercato del 30% a valore (dati interni).

**Quanto vale in termini di immagine e di strategie? In particolare il canale ristorazione.** La ristorazione è un canale molto importante per la prossimità al consumatore, per l'esperienza nel pdv e per la conferma del ruolo di rappresentanti del made in Italy.

**Vogliamo fare una panoramica dei prodotti dedicati al canale horeca?** Proponiamo un'offerta tra le più complete e variegata del mercato che abbraccia l'intero comparto del beverage analcolico. 9 marchi e 130 referenze in grado di soddisfare le esigenze dei diversi operatori del canale fuori casa: dalle acque minerali (San Benedetto, Primavera, Acqua di Nepi) alle bibite gassate (San Benedetto e Schweppes), dal thè, agli sport drink (Energade), dalle acque toniche



(Schweppes) alle bibite piatte a base di succo (Oasis e Batik Succoso).

In una logica di sostegno e sviluppo del canale fuori casa e con l'obiettivo di fornire risposte sempre più adeguate in termini di servizio e gamma di prodotti, **San Benedetto** nel 2011 ha proposto diverse soluzioni ideali per la ristorazione tra le quali:

**Elite**, la nuova linea di bottiglie in Pet da 1L e da 0,75L con la quale Acqua Minerale **San Benedetto** porta sulle tavole della ristorazione tutta l'eleganza di formati pratici come sempre ma ancora più belli. Le nuove bottiglie uniscono tutta la qualità, la garanzia e la ricercatezza estetica di **San Benedetto** con la versatilità e la praticità dei contenitori in Pet.

**Aquavitamin**, l'innovativa linea di bevande "funzionali" a base di acqua minerale naturale, vitamine e altre sostanze nutritive utili per il nostro benessere. Un nuovo concetto di bevanda dedicato a tutti coloro che svolgono una vita attiva, sempre attenti alle novità e al proprio benessere. Ogni bottiglia da 0,5L fornisce il 25% della RDA (razione giornaliera raccomandata) di vitamine e altre sostanze nutritive.

**Aquavitamin** è disponibile in quattro gusti piacevoli, freschi e dissetanti, con quattro diverse aree funzionali;

**AQUAVITAMIN - BEAUTYou** al gusto frutti rossi per recuperare idratazione e tonicità;

**AQUAVITAMIN - GENyouS** al gusto Kiwi/Mela/Melagrano per ritrovare vitalità ed energia;

**AQUAVITAMIN - lfeelGOOD** al gusto Limone per mantenere in forma le difese naturali;

**AQUAVITAMIN - READYtoGO** al gusto Arancia per una piacevole pausa rinfrescante per ritrovare lo sprint.

La nuova **Easy**, la bottiglia da 1L di Acqua Minerale **San Benedetto** prodotta a CO2 compensata, primo esempio in Italia per la categoria. L'innovativa bottiglia è stata rinnovata utilizzando il 30% di R-Pet (Pet rigenerato), proveniente dal riciclo del materiale delle bottiglie, consentendo un minor utilizzo del Pet vergine e quindi di petrolio. L'aspetto ecologico è stato riconosciuto dai consumatori italiani che hanno eletto **Easy Prodotto dell'Anno 2011**, nella categoria acque, oltre ad assicurarle il primato delle vendite con una quota di mercato superiore al 50% nel segmento 1 l Naturale Pet. **Easy** è il primo risultato dell'accordo volontario che abbiamo sottoscritto con il Ministero dell'Ambiente il cui obiettivo è garantire acqua minerale ad "emissioni di carbonio zero".

Quali motivazioni vi hanno suggerito di proporre questi prodotti? L'innovazione, che per **San Benedetto** significa capacità di cogliere in anticipo i bisogni in continua evoluzione e le diverse esigenze dei consumatori e tradurli in prodotti di assoluta qualità e successo, creando nuovi segmenti nel mercato del beverage analcolico in Italia. In un mercato come quello italiano, dove il consumo di acqua minerale è fra i più alti al mondo con circa 190 litri pro capite, il nostro fatturato è determinato per il 55% da bevande ad alto valore aggiunto, ma ci interroghiamo sempre su quali territori limitrofi valorizzare. L'innovazione a 360°, legata ad un'offerta ad alto valore aggiunto, fanno di **San Benedetto** la total beverage company italiana per eccellenza. Qual è il target di distribuzione in



## INDUSTRIA: PRODOTTI E STRATEGIA PER IL DISTRIBUTORE

termini di tipologia di locali? Siamo un'Azienda "totale", multispecialista e multicanale che propone al mercato un mix ideale di offerta multibrand e trasversale sulle diverse categorie. Questo ci permette di coprire tutte le tipologie di consumo.

Quale tipo di rapporto e collaborazione esiste fra la **San Benedetto** e il mondo dei grossisti? Instauriamo con i nostri partner della distribuzione una intensa collaborazione cercando di cogliere insieme tutte le opportunità di business che si presentano, condividendo priorità e obiettivi.

La collaborazione tra produttore e distributore è fondamentale per consentire lo sviluppo dei consumi. Il nostro portafoglio prodotti ampio e

profondo ci consente di essere un interlocutore privilegiato per tutti gli attori della filiera e per tutti i momenti di consumo del bere analcolico. Ai nostri partner garantiamo una qualità assoluta in termini di prodotti e servizi, innovativi e coerenti con un mercato che chiede duttilità, flessibilità e velocità d'azione.

Vuole segnalare alcune iniziative di co-marketing? Eventi ai quali **San Benedetto** ha partecipato? Abbiamo stretto delle partnership strategiche con importanti aziende che giocano un ruolo rilevante nel mondo dell'intrattenimento (quali **Gardaland**, **Aquafan**, **MSC Crociere**,) per la promozione e la commercializzazione in esclusiva dei nostri prodotti.



Nata nel 1956, Acqua Minerale **San Benedetto** è la prima società del mercato di riferimento a capitale interamente italiano, il 2° player del comparto del beverage analcolico e il 17° gruppo nell'intero mercato del Food & Beverage. Attiva commercialmente in oltre 80 paesi nei cinque continenti l'Azienda di Scorzè è leader in Italia nelle bibite piatte, co-leader nell'acqua, nel tè, nelle bibite gassate e negli sport drinks. Con un fatturato consolidato di 865 milioni di euro, circa 2.000 dipendenti, una capacità produttiva in Italia di 17.000.000 pezzi al giorno, il Gruppo **San Benedetto** è presente con 5 stabilimenti in Italia, 2 in Spagna, uno in Polonia, uno in Ungheria e società in Joint Venture nella Repubblica Dominicana e in Messico.