

Data	Pagina
Novembre 09	37-38

VENDING  
MAGAZINE

## Cresce il Gruppo San Benedetto nel Vending

*L'ampia e diversificata gamma e la qualità dei prodotti pone l'azienda veneta ai vertici del mercato delle bevande fredde.*



San Benedetto&Vending, un binomio che continua a regalare grandi soddisfazioni all'azienda con sede a Scorzè (Venezia) che ha registrato anche nel 2008 delle ottime performance.

Lo scorso anno, l'azienda è, infatti, cresciuta del 10% in volume, con un guadagno di 5 punti di quota nel canale Vending, dove sviluppa un fatturato di 75 milioni di Euro, forte di una gamma di prodotti competitiva. *"Sono risultati di tutto riguardo che rendono sempre più ambiziosi gli obiettivi di San Benedetto nella D.A. - spiega il direttore marketing Vincenzo Tundo -. Abbiamo guadagnato cinque punti percentuali e raggiunto una quota del 33% in valore".*



### I PLUS DI SAN BENEDETTO

I motivi del successo di San Benedetto sono molteplici. Innanzitutto l'ampiezza della gamma prodotti che vanno dall'acqua ai soft drink, alle bibite con i marchi San Benedetto, Primavera, Nepi, Guizza e Schweppes.

*"Il portafoglio è composto da 9 marchi e oltre 130 referenze di cui alcune studiate appositamente per la D.A. È questo il nostro plus competitivo assieme alle caratteristiche di conservabilità adeguate e ad un'ottima proporzione qualità/prezzo - continua Tundo -. La politica aziendale guarda con attenzione alle esigenze dei gestori, anche con l'ottimizzazione dei formati per garantire la migliore macchinabilità".*

In tale ottica, San Benedetto ha lanciato sul mercato diversi formati pensati in esclusiva per le vending machines al fine di facilitarne l'utilizzo ed il consumo: la linea di bibite gassate San Benedetto e Schweppes da 33 cl. o il dissetante naturale San Benedetto Ice formula Zero da 0,5 cl.

Infine, grande importanza viene data al rafforzamento dell'immagine come industria di marca. *"San Benedetto supporta i propri brand con la comunicazione ai consumatori delle caratteristiche peculiari dei prodotti, attraverso l'attività promozionale, la visibilità sul punto vendita e con una forte spinta all'innovazione",* puntualizza il dottor Tundo.

### LE NOVITÀ SAN BENEDETTO NEL VENDING

L'ultima novità San Benedetto si chiama Sheky Iced Coffee, la bevanda analcolica a base di pregiato caffè e Acqua Minerale Naturale San Benedetto. *"Si tratta di un prodotto funzionale - afferma Tundo - ma anche emozionale, grazie al rotondo contrasto sensoriale fatto di gusto, aroma e trasparenza tra acqua e caffè. È ideale per essere consumato in ogni momento grazie alla como-*



Vincenzo Tundo





da bottiglia da 20 cl che si posiziona perfettamente all'interno dei d.a.

Notevole consensi sta ottenendo anche Batik Break, il prebiotic drink che punta sulla formula arricchita con Nutriose, una fibra solubile che stimola naturalmente la crescita e l'attività dei batteri buoni già presenti nel nostro intestino. Disponibile nei gusti mango-ananas e fragola-banana e nella bottiglia da 0,25l ha, inoltre, il vantaggio di mantenere inalterate le proprie caratteristiche funzionali anche a temperatura ambiente, senza il bisogno di essere conservato in frigo.

Infine, sul fronte formati, la novità più importante riguarda l'Acqua Minerale San Benedetto con la nuova bottiglia "Eco-Friendly" da 0,5l - conclude Tundo - Con soli 11 grammi è la bottiglia più leggera del mercato, un'innovazione frutto di anni di ricerca, con la quale si riafferma l'impegno della nostra azienda a favore dell'ecosostenibilità tramite il recupero di energia dato da un consistente risparmio di materie prime e da una sensibile riduzione di CO2.

