

Adnkronos - Ultimedia Regionali: Berlusconi, Pdl oltre il 50%

**News**

**L'opinione**

- Atti Mondiali
- Attualità
- Cultura e Culture
- Diritto e Fiscalità
- Finestra sui Mercati
- Economia e Finanze
- Imprenditoria**
- Moda e Tendenze
- Olio Confine
- Salute e Benessere
- Sport
- Scienze
- Entertainment News
- Eventi

Home » Finestra sui Mercati » Imprenditoria » giovedì 11 febbraio 2010 09:20:13

## San Benedetto... per chi vuole bere italiano

Finestra sui Mercati - Imprenditoria  
Scritto da Michele De Bonetto



L'alternativa tutta italiana alle multinazionali straniere del beverage analcolico è rappresentata dalla San Benedetto. In questo sfida l'azienda della fondine ha messo a segno un bel colpo con la presenza della sua acqua minerale all'interno degli eventi organizzati per la cerimonia di insediamento di Barack Obama a Washington. L'attenzione alla qualità del prodotto e la forte spinta all'innovazione dell'azienda ha radici antiche. Infatti, è stata tra le prime in Italia ad imbottigliare l'acqua in contenitori in PET. Oggi, invece, la ricerca continua l'ha portata alla realizzazione di Eco-friendly, una nuova generazione di bottiglie che utilizzano almeno il 30% in meno di plastica rispetto a 25 anni fa. E tutto è partito da un piccolo stabilimento di Scorzà, in provincia di Venezia, come racconta Angelo Zini, Product Manager Acqua Minerale San Benedetto. "Nata nel 1958 da un piccolo produttore locale in poco tempo si trasferiva in azienda presente in tutto il territorio italiano, con forti interessi anche fuori dai confini nazionali. Grazie ad una strategia di massiccio investimenti in innovazione e tecnologia che ha visto il suo maggiore sviluppo negli anni ottanta. Nel 1993 ha realizzato un impianto d'imballaggio di qualità elevata per la produzione di bibite non gassate che le permette di affermarsi in mercati innovativi, in linea con i trend emergenti di consumo".

**Quali sono state le linee guida di questo sviluppo?**  
"I driver di riferimento del Gruppo sono da sempre la massima vicinanza al consumatore, l'attenzione alla qualità dei prodotti e una forte spinta all'innovazione che per San Benedetto vuol dire la capacità di saper cogliere i trend emergenti. Per fare un esempio sono sempre più i consumatori interessati alle caratteristiche di naturalità e salubrità e le ultime proposte dell'azienda vanno in questa direzione: dopo Bata Break, il probiotic drink ad alto contenuto di fibre che aiuta a regolare l'attività intestinale e il benessere quotidiano, è stato lanciato Shely Ice Coffee, la nuova bevanda a base di pregiato caffè e acqua minerale".

**Siamo all'inizio di un nuovo anno. È tempo di fare bilanci. Come avete chiuso il 2009?** "Per il 2009 stimiamo un'ulteriore crescita di due punti a fronte di un mercato che cresce di un punto. Nel medio termine l'azienda punterà sempre al consolidamento della propria leadership sul mercato mantenendo un ruolo di riferimento sia per il trade che per il consumatore".

**Ma il mercato delle acque minerali è caratterizzato da una bassa fedeltà dei consumatori alla marca. Come fronteggiate questo rischio?**

"San Benedetto crede molto nel valore del brand ed in un rapporto corretto con i consumatori, elementi che rappresentano l'unica vera chiave in grado di garantire sviluppo di lungo periodo dell'industria di marca. Tali elementi si costruiscono in molti anni di lavoro e di esperienza e si basano su alcuni elementi fondamentali: garanzia assoluta di qualità dei propri prodotti; innovazione continua, offerta ampia ed articolata in grado di soddisfare le esigenze del consumatore ed, infine, in un rapporto chiaro e continuo con il consumatore stesso. Questa condizione da un lato ha portato a definire standard qualitativi elevatissimi garantiti da numerosi controlli sull'intero processo produttivo, parallelamente ad investire molto nel campo dell'innovazione mirata a soddisfare le esigenze del consumatore. Esempi degli ultimi anni nel comparto acque minerali: Libera, pensata con bottiglia squeeable e tappo P&P, per facilitare la praticità di bevuta anche in movimento; Bata Bottle, studiata appositamente per le esigenze del più piccolo Easy, innovativo formato supercompatto, e poi la linea di bottiglie eco-friendly, studiate per garantire alti livelli di performance e di ergonomia con l'utilizzo di idotti quantitativi di PET per essere più vicini alla natura".

**Quali sono le aree di maggiore sviluppo estero dell'azienda?**

"L'export per San Benedetto è un settore di rilevante strategicità, dagli inizi degli anni 90 ad oggi, ha registrato ogni anno continui incrementi nel business e fino a superare le soglie di oltre 250 milioni di lire 40 milioni di euro di fatturato. I prodotti del Gruppo sono presenti in oltre 80 paesi nei cinque continenti e nostro obiettivo è consolidare sempre più il livello di presenza di San Benedetto nei mercati in cui già operiamo puntando strategicamente a posizionare il nostro brand anche all'interno di Eventi/Manifestazioni internazionali di grande rilevanza politico-culturale. Oggi monitoriamo con attenzione le opportunità di crescita nel mercato asiatico".

**Eventi**

Il segreto di una memoria prodigiosa

- Venerdì 12 Febbraio 2010
- Millettà
- Numero Verde 800 099 433

Master Trading

- Mercoledì 24 Febbraio 2010
- Millettà
- Numero Verde 800 099 433

**Tag Cloud**

**zonafrancanews**

biello di piano  
notti troci  
incasso bolle salature  
carnoni filo  
di credito  
invalità civile  
genovese  
insolvenza  
debito  
copernico  
incidento mercato  
esperazioni  
acquisto case  
consumatori diritti  
doveri  
falsificazione  
costruttore

**ADV**

**BARI**  
MERCOLEDÌ 24 FEBBRAIO 2010

**Moda e Tendenze**

**Calcio di rigore**

"A me! Ugh! A me! focca a me calciano!", urla il sensatore nel momento in cui l'arbitro decreta un calcio di rigore nella...

**Moda: quest'inverno ritornano gli anni '80**

Erano gli anni di 'Coke e Virgin' e di 'Top Gun', gli anni in cui l'eccesso era di moda, e l'è bere.

**Tendenze tessuti e accessori**

Sarà il gioco degli estremi a fare da filo conduttore per i tessuti e gli accessori moda della prossima primavera/estate 2010...

**Arde local per tutte**

Il clima è anche più tiepido, galeone di questa stagione: stavate a tutti i colori e in versioni più strane, blu.

**Un italiano tra i finalisti del Turner Prize**

Il italiano con tre 4 stellati

**Newsletter**

iscrittiti

**Ricerca su...**

Google Custom Search

Google | zonafrancanews.it

Cerca

**Login**

Nome utente

Password

Ricordarmi

Accedi

- Password dimenticata?
- Nome utente dimenticato?
- Registrati

**Feed**

ESCE 24 ORE - Nord e Tribù

- Vento la ritorna delle Casero di conevolo
- Approvato il decreto Alfano

- L'abc del decreto sul mutuo
- Dal Senato nuovi patiti alla Bertolaso spa

## Feed il Sole 24 ORE

Il Sole 24 ORE - Finanza e Mercati

- Sei nanici: «Presto possibili rialzo dei tassi di sconto»
- Borsa, la sbuffa Fed tiene il rialzo: Wall Street chiude in leggero calo
- DoT: bene prezzi e domanda, Italia bene sul breve termine
- I primi dettagli del bond trial da due miliardi



### Qual è il rapporto con il canale distributivo in Italia?

"San Benedetto, da sempre, è presente in tutti i canali di vendita del beverage analcolico, da quelli classici - GDO, Ingresso, Netma Trade, Ho Re.ca - fino al Vending e con le principali insegne della Distribuzione Moderna abbiamo costruito solidi rapporti commerciali. La nostra è un'azienda totale, multispecialista e multicanale che si propone sul mercato con un vasto assortimento di prodotti comprendente nove marchi 130 referenze attuando politiche commerciali di differenziazione dei formati in base ai diversi luoghi e occasioni di consumo. Questo ci consente di essere un interlocutore privilegiato nei rapporti con la distribuzione. Grazie ai nostri plus ovvero il controllo di tutta la filiera di produzione, la capacità di innovazione, la garanzia fornita in termini di salubrità e sicurezza dei prodotti, l'assortimento e tecnologia all'avanguardia, possiamo lavorare con i nostri interlocutori della distribuzione non solo per candidarci e gli scenari e le opportunità di mercato ma anche per aumentare il fatturato, la profittabilità, migliorando l'efficienza organizzativa e logistica".

### Nuovo pay off: "Primavera fuori e dentro il te" e nuovo Packaging. Qual è il nuovo concept che l'azienda vuole trasmettere ai consumatori?

"L'immagine di Acqua Minerale San Benedetto è da molti anni legata alla Primavera ed ai suoi simboli, la rondine in primis che è parte integrante del nostro logo. La Primavera con le sue caratteristiche di purezza, leggerezza, freschezza, benessere ed equilibrio è la migliore metafora per rappresentare le virtù ed i valori del mondo San Benedetto. La nuova campagna multimediale partita nell'estate 2009 "Primavera fuori e dentro il te" ha inteso sottolineare questo legame tra l'immagine del brand e la primavera, reinterpretando il visual in chiave più moderna e, soprattutto, andando a sottolineare le valenze funzionali dell'acqua minerale San Benedetto, in particolare l'equilibrio di minerali e oligoelementi e le proprietà idratanti e depurative di un'acqua oligominerale. San Benedetto anche nel corso del 2009 si è confermata tra i big spender in comunicazione nel settore delle acque minerali, segno di un'azienda che crede nella forza e i valori della marca, ed ha dato vita ad una campagna che ha coinvolto tutti i maggiori media, dalla tv generalista alle satellitari, dal cinema alla radio, da internet agli eventi, con l'obiettivo di raggiungere i vari target di consumatori che utilizzano l'acqua minerale. Da qualche mese, inoltre, l'immagine della nuova campagna è presente sulle confezioni della linea naturale garantendo una sinergia ed una coerenza di comunicazione a tutto tondo".

che si contenderanno il Turner Prize, uno dei premi più prestigiosi di arte contemporanea.

### Crisi anche nel settore moda

"Tra arte di lusso, crisi nera, anche in quelli che sembravano essere gli imperi mai scalfiti da recessione alcuna, c'è invece Versace annuncia.

### Oltre Confine

#### Una mostra fotografica per i bambini portati



Aperta fino al 22 dicembre presso il Salone degli affreschi del Palazzo Alinari di Bari la mostra fotografica "Diritto ad un futuro...

#### Vacanze per gli stranieri Istruzioni per l'uso

Festa natalizia per molti sono: onnivoro di vacanza e per molti stranieri (e) dire tornare nel Paese di origine per celebrare i propri. **Facciamoci un'idea**