

Data	Pagina
15 giugno 09	1 - 5

IN CRESCITA A 20 MILIONI DI EURO IL BUDGET 2009

Acqua San Benedetto on air con Claim ADV e Mediaclub

'Primavera fuori e dentro di te' è il claim della nuova campagna multimediale di Acqua Minerale San Benedetto on air da ieri sui più importanti media nazionali. L'investimento dell'intero gruppo per la comunicazione 2009 sarà di circa 20 milioni di euro, contro i 15 milioni del 2008 (in crescita di oltre il 30%). In particolare, sul marchio Acqua Minerale San Benedetto nel 2009 verranno investiti circa 10 milioni di euro. La creatività è di Claim ADV, la pianificazione è a cura di Mediaclub. (C. C.) **[A PAG. 5]**

[Aziende] Acqua San Benedetto on air da ieri con il nuovo spot firmato Claim ADV. Per il marchio un budget di 10 milioni di euro nel 2009

'Primavera fuori e dentro di te' è il claim della nuova campagna multimediale di **Acqua Minerale San Benedetto** che coinvolgerà i più importanti media nazionali: tv generalista e satellitare, radio, stampa quotidiana e periodica e il circuito delle sale cinematografiche. Purezza e funzionalità sono i temi del nuovo spot, forte e distintivo, che darà inizio alla nuova campagna di comunicazione. La modella inglese **Asha Leo** farà da guida e svelerà, attraverso un



mondo magico fatto di candore e natura rigogliosa, la purezza dell'acqua e la rinascita quotidiana del nostro organismo, come a primavera. Lo spot, on air da ieri e in onda per tutta l'estate (nelle versioni da 30" e 15"), è stato ideato dall'agenzia **Claim ADV** in collaborazione con la casa di produzione **Avana Film**. La regia è stata affidata al cineasta francese **Nicolas Salis** mentre come musica è stata scelta una cover della canzone Primavera, versione italiana del brano *You to me are everything*, composta da K.Gold, M.Denne e M.Rei. "Obiettivo della campagna - spiega **Vincenzo Tundo**, direttore marketing del **gruppo San Benedetto** - è consolidare ulteriormente l'immagine di una marca leader comunicando le proprietà funzionali dell'acqua oligominerale, e enfatizzare attraverso la metafora della primavera, territorio valoriale della marca, i bene-



fici di rinascita quotidiana e di rigenerazione per chi beve acqua minerale San Benedetto". L'investimento dell'intero gruppo San Benedetto per la comunicazione 2009 sarà di circa 20 milioni di euro, contro i 15 milioni del 2008 (in crescita di oltre il 30%). In particolare, sul marchio Acqua Minerale San Benedetto nel 2009 verranno investiti circa 10 milioni di euro. La pianificazione è a cura di **Mediaclub**.