

Data	Pagina
Aprile 2010	6-7

ACQUA MINERALE SAN BENEDETTO AL CIBUS

Ultime novità analcoliche in vetrina

AL 15° **SALONE INTERNAZIONALE DELL'ALIMENTAZIONE** DI PARMA IL GRUPPO SAN BENEDETTO PRESENTA LE PIÙ RECENTI NEW ENTRY DI TUTTE LE CATEGORIE DI PRODOTTO: DALLE ACQUE MINERALI ALLE BIBITE GASSATE, DAL THÈ ALLE BIBITE PIATTE A BASE DI SUCCO

«Consapevoli del nostro ruolo di category captain – dichiara Vincenzo Tundo, direttore marketing di Acqua Minerale San Benedetto S.p.A. – non potevamo mancare a questo importantissimo evento. Al nostro stand presenteremo tutte le novità del portafoglio prodotti di San Benedetto, composto da 9 marchi di prestigio con cui firmiamo la gamma

completa del beverage analcolico italiano di qualità che mettiamo a disposizione dei nostri consumatori in Italia e nel mondo».

IL NUOVO CHE AVANZA

Cominciamo dall'acqua minerale San Benedetto che sfoggia un accurato restyling di tutta la gamma con rivisitazione delle etichette per esaltare i concetti di trasparenza e purezza del prodotto e i nuovi formati in Pet da 2 litri, da 1,5 litri e da mezzo litro.

A seguire, le bibite gassate San Benedetto che propongono una nuova immagine, moderna e impattante, con un lo-



IN QUESTA PAGINA: VINCENZO TUNDO, DIRETTORE MARKETING DI ACQUA MINERALE SAN BENEDETTO E, A SINISTRA, LA BOTTIGLIA E LA CONFEZIONE DI ACQUA MINERALE SAN BENEDETTO. NELLA PAGINA A FIANCO: UNA PANORAMICA DEI PRODOTTI PRESENTI AL CIBUS (PAD. 4 STAN C36).





ok superfrizzante che valorizza le aree di distintività delle bibite gassate San Benedetto ovvero la naturalità – con la rivisitazione della ricetta con fruttosio senza coloranti né conservanti – e l'italianità, con la riscoperta del 'bere Italiano' con gusti quali ginger, chinotto, spuma e cedrata. Saranno presentati anche i nuovi formati: la bottiglia da 25 cl in Pet per la GDO e il nuovo formato da 18 cl in vetro studiato per il mondo del fuori casa.

Per quanto concerne il Thè San Benedetto, la nuova immagine del packaging di tutta la gamma (Regular, Zero Zucchero, Deteinato e Verde) riguarda bottiglia, etichetta e logo. La nuova immagine sarà supportata da una campagna pubblicitaria multimediale su tutti i mezzi di comunicazione.

E LA PASSERELLA CONTINUA...

Con Batik Succoso e Batik Break, le bevande naturali ad alto contenuto di succo, leggere e ricche

di benessere. Il primo, nel nuovo formato da 25 cl con una forma più sinuosa, fresca e moderna della precedente e con la coloratissima etichetta sleeve che avvolge per intero la confezione, si propone in tre gusti arricchiti al Ginseng. Batik Break, prebiotic drink ad alto contenuto di fibre che aiutano a regolare l'attività intestinale e il benessere quotidiano, verrà presentato con la sua immagine rinnovata e il nuovo formato da 20 cl.

Il nuovo formato in vetro 'Alice' da 18 cl di Schweppes presenta una bottiglia con un design dalle linee pulite ed essenziali e unisce l'inconfondibile qualità Schweppes con l'eleganza e la raffinatezza di una forma esclusiva, sofisticata e di forte appeal.

Infine Baby Drink al nuovo gusto banana. Il prodotto a base di camomilla e acqua minerale studiato per i bambini propone una nuova immagine caratterizzata da una linea grafica d'indiscutibile appeal.

