

Data	Pagina
Giugno 09	78

BEVERAGE IN TUTTI I SEGMENTI SI FANNO STRADA I PICCOLI FORMATI

Quando il soft drink amplia il target

Il marchio leader delle acque toniche e primo soft drink della storia, con i suoi 220 anni di età, si rinnova: Schweppes, prodotto e distribuito in Italia da Acqua Minerale San Benedetto su autorizzazione di Schweppes Int. Limited, ha lanciato lo scorso maggio il nuovo formato da 25 cl in pet, dedicato alla gdo. La forma elegante della bottiglia e la nuova grafica, proposta per tutta la gamma, si inseriscono in un progetto di rinnovamento del marchio. "Pur mantenendo gli elementi consolidati - spiega **Lorenzo Benvegnù, product manager bibite di A.M. San Benedetto** - cioè l'internazionalità, la qualità, la *premiumness* e l'identificazione di Schweppes con la tonica, il marchio intende rinnovarsi per rispondere alle esigenze di un target più allargato e giovanile, che cerca nuovi formati e occasioni di consumo diverse, come l'aperitivo. Per questo proponiamo anche la referenza limone". La comunicazione a supporto del lancio prevede uno spot tv, *on air* da inizio giugno per tutta la stagione estiva, che avrà Nicole Kidman come protagonista: una testimonial d'eccezione che, per *charme* e notorietà, si presta perfettamente a rappresentare Schweppes a livello internazionale e in



Italia. "La confezione in pet del nuovo formato - aggiunge Benvegnù - oltre che elegante ed esclusiva ha il vantaggio di essere pratica e leggera; inoltre il pack da quattro garantisce una migliore visibilità a scaffale e quindi maggiori rotazioni". Aria di rinnovamento anche in casa Ben's: il marchio di aperitivi San Benedetto coniuga ora la qualità di

sempre con una nuova immagine fresca e impattante, impreziosita dalla bottiglia con logo a rilievo. "Anche il logo Ben's - precisa Benvegnù - si è inserito nel marchio ombrello aziendale, diventando Ben's San Benedetto e completando con l'offerta di aperitivi quella già esistente di acqua, tè e bibite gassate". Obiettivo dell'intervento è rendere il brand ancora più competitivo nel comparto di riferimento ed estendere la sua presenza sia nel canale gdo sia nell'horeca.

■ Aperitivi: il prezzo medio

	2008	2009	Var. %
Analcolici	2,93	3,04	+3,8
Alcolici	9,84	9,91	+0,7
Sodati	6,43	6,75	+4,9

Totale Italia - a.t. marzo 2009 - in euro - Fonte: Nielsen Trade Mis

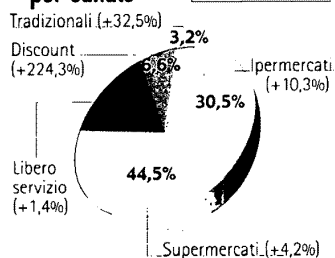
■ Aperitivi

Pressione promozionale*	Nr. medio referenze	
	2008	2009
Analcolici	19,3	18,6
Alcolici	8,7	10,3
Sodati	8,4	9,4

*Iper+super - a.t. marzo 2009 - in % sui volumi

Totale Italia - a.t. marzo 2009 - Fonte: Nielsen Trade Mis

■ Aperitivi alcolici: il peso per canale



Totale Italia - a.t. marzo 2009 - Fonte: Nielsen Trade Mis

● I mocktail: la nuova frontiera dell'aperitivo

Che stia nascendo un *global drinking*? È presto per dirlo: ma certo è che, al di là di alcune tendenze ormai assodate - come la preferenza per gli analcolici freschi e dissetanti e la predilezione per i piccoli formati a discapito delle bottiglie - altre emergeranno a breve. E vengono da oltreoceano. Ad anticiparle è **Pietro Biscaldi, ad di Gruppo Biscaldi**, che presto presenterà alcune interessanti novità al mercato italiano. Nell'area analcolica le proposte arrivano dall'India: sono i *mocktail*, ossia cocktail senza alcol. Premium Brands importerà dal produttore tedesco Riemerschmid gli sciroppi per prepararli nei vari gusti, dal bitter al cacao, dal mandarino all'arancio. Altri spunti arrivano dal Giappone. Il successo della cucina del Sol Levante ha trascinato le vendite di birra giapponese e di *saké*: Biscaldi, che

ne importa rispettivamente 120 e 4 container all'anno, sta ora lavorando alla preparazione di cocktail al *saké*. I punti di forza? È un liquore tra i 14 e i 16°, riesce a rendere fluidi e aromatici i cocktail, ha un gusto morbido che piace molto alle donne, consumatrici raffinate, preparate e sempre più numerose di aperitivi. "Un'altra tendenza emergente - aggiunge Biscaldi - è quella della *frutta fresca*. A breve Premium Brands lancerà **Xuxu**, una bevanda a base di fragole fresche per il 55% con solo il 15% di alcol, che può dare spunto per cocktail più leggeri, e sempre di qualità. Senza dimenticare la birra, che nel mondo soddisfa spesso il momento dell'aperitivo e va penetrando anche il mercato italiano: per l'aperitivo sono consigliate l'americana Miller, la giapponese Asahi, l'estone Viru, o la ceca Budejovický Budvar".