

Data	Pagina
Marzo 2011	119

Energade si rinnova

Senza sole i consumi di sport drink si raffreddano. È quello che è accaduto l'estate scorsa, quando l'instabilità climatica ha giocato a sfavore delle vendite di succhi e bevande. Energade è riuscita comunque a tener testa alle bizze stagionali, grazie all'appeal dei prodotti. "In un anno difficile come il 2010 – sottolinea

Lorenzo Benvegnù, brand manager di Acqua Minerale San Benedetto

– Energade ha consolidato la propria quota di mercato a volume attestandosi a circa il 31%, secondo dati SymphonyIRI sul totale Italia aggiornati a dicembre 2010, e confermandosi così secondo competitor". Disponibile nei tre gusti limone, arancia e arancia rossa, Energade vanta una molteplicità di formati per i diversi momenti di consumo: le confezioni da 1,5 l e da 1 l con tappo raso sono indicate per l'uso domestico, il pratico formato da 0,5 l si presta per tutte le occasioni e quello 0,5 l in bottiglia squeezable con il

tappo push&pull è ideale per dissetarsi in movimento. "Nel 2010 – continua Benvegnù – abbiamo presentato la nuova immagine di gamma e il nuovo packaging delle bottiglie da 1,5 l e da mezzo litro di Energade con una grafica rinnovata e uno stile sempre più graffiante che esalta la freschezza e l'energia del prodotto. I packaging sono stati resi ancor più pratici per un consumo facile prima, durante e dopo l'attività sportiva. Il rinnovamento dell'immagine e del pack ha assicurato una più forte visibilità a scaffale favorendo il posizionamento della bevanda nell'ambito dello sport ricreativo". La comunicazione su Energade si concentrerà nel periodo estivo, quello di maggior consumo del prodotto, con una campagna tv in onda sulle principali emittenti nazionali e satellitari. Ma nel 2011 l'azienda punta soprattutto all'allargamento distributivo e capillare del marchio su tutto il territorio nazionale.