

Data	Pagina
Marzo 2011	66

## FORMATI MONODOSE PER **SAN BENEDETTO**

**F**ormati monodose per un approccio nuovo allo scaffale della grande distribuzione. Tra le novità che hanno visto la luce nel 2010 in casa **San Benedetto** la mini bottiglia è una di quelle più interessanti.

"Abbiamo lanciato il formato da 0,25 l in pet - racconta **Vincenzo Tundo, direttore marketing di Acqua Minerale San Benedetto**

- per avvicinare la gdo con una proposta innovativa e distintiva. Una linea in grado di coniugare la praticità del pet all'eleganza di uno shape esclusivo e di forte appeal, che rappresenta un'importante opportunità per il trade vista la crescente richiesta di formati monodose". La società di Scorzè ha rivisto inoltre tutta la grafica

della linea, ma non solo: "Abbiamo valorizzato le nostre aree distintive - dice Tundo - cioè naturalità e italianità, attraverso la riscoperta e valorizzazione del 'bere italiano', con gusti quali ginger, chinotto, gassosa, spuma, cedrata". Per Schweppes una nuova bottiglietta: "Nel 2010 la novità principale è stata il lancio della nuova bottiglia Alice da 0,18 l in vetro - continua Tundo - in sostituzione del formato classico da 0,175 l, sempre in vetro. Attraverso questa novità abbiamo confermato gli elementi consolidati di Schweppes: internazionalità, premiumness e qualità di quest'offerta che, con oltre 220 anni di età, è entrata nella storia del bere mondiale, diventando il marchio di riferimento nel settore".