

Data	Pagina
Luglio - Agosto 09	61

Il thè *San Benedetto*

È RICCO DI NOVITÀ IL 2009 DELL'AZIENDA VENETA, CHE PROPONE AL CANALE HORECA UN VASTO ASSORTIMENTO PER OGNI ESIGENZA E RICHIESTA DEGLI OPERATORI

Fabio Denti

Sono numerose le novità di San Benedetto nel segmento dei tè freddi. Bar Business ne ha parlato con **Vincenzo Tundo, direttore marketing di San Benedetto.**

Quali sono le ultime novità, in termini di gusti, formati e packaging, per il canale Horeca?

La più grossa novità del comparto è stato il lancio del tè verde in cui San Benedetto ha creduto per prima arrivando a presidiare



una posizione di assoluta leadership con una quota a volume del 52,8% (YTD Mag '08 Fonte dati IRI Census).

La spiegazione del suo successo risiede nella formulazione di prodotto che coniuga gusto e funzionalità, piacere dissetante legato a una grande acqua oligominerale come San Benedetto e a un'azione rigenerante tipica del tè verde che grazie al ricco concentrato di catechine e polifenoli rappresenta un prezioso alleato contro i radicali liberi, responsabili dell'invecchiamento delle cellule.

La gamma formati è l'ulteriore chiave di successo in quanto con-

sente di coprire al meglio il consumo in casa con il formato da 1,5 l, nonché con quello da fuori casa da 0,5 l per ultima la lattina da 33 cl.

Quali sono i plus dei tè freddi firmati San Benedetto?

Secondo i dati che emergono da un test di gusto quali-quantitativo effettuato con Doxa nel dicembre 2008 emerge che il tè San Benedetto risulta essere superiore ed il più gradito dalle famiglie italiane per l'intensità del suo sapore e l'equilibrio delle sue componenti.

Grazie infatti ad una delicata miscela di tè dolce e delicati uniti a una grande acqua oligominerale, pura e leggera come San Benedetto, rappresenta un'ottima alternativa a chi vuole bere qualcosa di fresco e dissetante con una delicata nota di piacere. L'ulteriore plus dell'offerta San Benedetto è l'ampiezza della sua gamma con una tipologia di tè che soddisfano tutti i principali bisogni del consumatore: il tè regular, ideale per tutta la famiglia; il tè verde, il gusto della giovinezza; il tè zero senza zucchero aggiunto per chi è particolarmente attento alla linea; il tè deteinato, nei gusti limone pesca e cola che grazie alla presenza del fruttosio e senza teina soddisfa il piacere dei più piccoli. A ciò si aggiunge la molteplicità di formati che coprono tutte le diverse modalità di consumo: i formati famiglia ad 1,5 l, la pratica bottiglia in Pet da 0,5 l, ideale da portare sempre con sé in qualsiasi momento della giornata; le lattine da 0,25 l e 0,33 l; la bottiglietta da 0,25 l per la versione deteinata, studiata appositamente per i bambini con il tappo Push & Pull e il copri tappo protettivo che ne garantisce la massima igiene.

Quale tipo di supporto e consulenza fornite agli operatori in relazione ai vostri prodotti?

Il nostro portafoglio prodotti, ampio e profondo, le caratteristiche di conservabilità adeguate e una ottima proporzione qualità/prezzo, ci consentono di essere un interlocutore privilegiato per tutti gli attori della filiera e per tutti momenti di consumo del bere analcolico. ■