

Data	Pagina
Giugno 2010	68

FATTI E TENDENZE NEWS

Un tè unico, come chi lo beve

Nata nel 1956, Acqua Minerale San Benedetto tiene alto il nome della qualità italiana in oltre 80 paesi nei cinque continenti. Sempre intenzionata a comunicare con i suoi consumatori in maniera originale e moderna, ha da poco lanciato per il Thè San Benedetto una nuova campagna all'insegna dell'unicità: "Unico come te" è infatti il claim che riporta in TV il Thè San Benedetto con due nuove campagne pubblicitarie multimediali, ideate da The Beef,

che rispecchiano in chiave moderna tutta la tradizione e l'italianità del Thè San Benedetto. I due spot on air sono dedicati al Thè Regular (ne classici gusti pesca e limone) ed al Thè Verde, che associa il piacere al benessere. Protagoniste dei filmati sono le persone che, con il loro essere semplicemente vere, raccontano, attraverso gesti di vita quotidiana, le loro emozioni trasmettendo serenità, intensità e dolcezza proprio come il Thè San Benedetto. Il resto lo fa la musica, con "Personality", cover della canzone degli anni 60 di Harold Logan e Lloyd Price che dona allegria, ritmo ed energia allo spot. Infine la chiusura con il packshot in cui appare il packaging con la presentazione delle nuove bottiglie di Thè San Benedetto, caratterizzate da un design moderno, da una veste grafica innovativa e da una grande immagine che mette in risalto la firma dell'azienda: la rondine San Benedetto sull'etichetta.

Italianità, equilibrio e naturalezza sono, quindi, i segni distintivi del Thè Regular e del Thè Verde San Benedetto, sviluppati in un progetto creativo da Pasquale Diaferia con la produzione della Bedeschi Film e la regia di Giovanni Bedeschi.



A unique tea, like those who drink it

Born in 1956, Acqua Minerale San Benedetto honours the name of the all Italian quality in over 80 countries in the five continents. Always aiming at communicating with its consumers in an original and modern way, it has recently launched for the San Benedetto tea a new campaign in the name of uniqueness.

"Unico come te" (as unique as you are) is actually the claim that brings the Thè San Benedetto back to TV, with two new multimedia adv campaigns, studied by The Beef, that mirror in a modern key the all Italian tradition of San Benedetto tea. The two commercials on air are dedicated to Thè Regular (in the classical peach and lemon flavours) and Green Tea, which associates pleasure with wellbeing. Protagonists of the movies are the people who, with their being true, tell through gestures of daily life, their emotions transmitting happiness, vivacity and sweetness right like the San Benedetto tea. The rest is made by music, with "Personality", cover of the song of the Sixties written by Harold Logan and Lloyd Price that gives joy, rhythm and energy to the commercial. At last the closure with the packshot, where the packaging appears with the presentation of the new San Benedetto tea bottles, featuring a modern design, an innovative graphical look and a big image highlighting the company's signature: the San Benedetto swallow on the label. Italian features, balance and naturalsness thus are the distinguishing signs of the Thè Regular and Thè Verde San Benedetto, developed in a creative project by Pasquale Diaferia with the production of Bedeschi Film and the direction of Giovanni Bedeschi.