

SAN BENEDETTO, ACQUA E BIBITE A MISURA DI BAMBINO

È ricco di iniziative e di novità il programma per la linea kids. Oltre al lancio di nuovi prodotti, l'azienda di Scorzè (Ve) è impegnata in una serie di attività promozionali, fra cui anche la realizzazione di un libro, in collaborazione con il Gruppo Food, destinato a spiegare il valore e l'importanza dell'acqua attraverso simpatici personaggi

Nel segmento beverage San Benedetto è presente con un'offerta kids completa che continua a evidenziare performance positive, grazie a soluzioni che soddisfano il doppio target mamme e bambini. "Quando si tratta di acquistare prodotti dedicati ai propri figli, che rispondono anche alle esigenze dei genitori – chiarisce **Vincenzo Tundo, direttore marketing di Acqua Minerale San Benedetto** –, la predisposizione alla spesa è più alta e questo giova anche all'azienda e allo scaffale. Perciò noi puntiamo soprattutto su praticità e innovazione. La linea San Benedetto for kids si distingue infatti per aver adottato il formato da 0,25 l e il tappo pull&push con copritappo protettivo per una maggiore sicurezza di igiene. Siamo leader sia a volume sia valore nel segmento del tè deinetato con una quota rispettivamente del 48% e del 49,1% (fonte Iri Census YTD Settembre 2011), sviluppata principalmente dall'offerta baby, il formato monodose con le più alte rotazioni della categoria. La gamma, già composta dai top seller limone e



Vincenzo Tundo, direttore marketing di Acqua Minerale San Benedetto

pesca, vedrà presto l'inserimento del nuovo gusto mela". Anche nel segmento delle bevande a base camomilla San Benedetto è alla guida con una gamma di tre referenze, i Baby Drink al gusto fragola, mandarancio e banana. Nel mercato acqua domina la Baby Bottle, mentre nelle bevande a base frutta con fruttosio è presente Batik Succoso in un ampio range di gusti. Per sviluppare le potenzialità della categoria e continuare a valorizzare la marca, l'azienda è impegnata in numerose iniziative promozionali e di marketing. "In concomitanza con il back to school – prosegue Tundo – sono partite attività rivolte direttamente ai punti vendita con l'obiettivo di aumentare l'awareness e l'equity di marca attraverso la linea kids. Da settembre, infatti, per spingere i consumatori all'acquisto di impulso, sono stati posizionati nelle principali insegne della grande distribuzione di tutto il territorio nazionale

oltre 4mila espositori e, per i punti vendita di grandi dimensioni, isole dedicate ai nostri prodotti per bambini. Inoltre, con San Benedetto Kids vogliamo trasmettere un messaggio educativo ai più piccoli, raccontando i nostri valori e il rispetto dell'acqua intesa come 'risorsa per la vita' primaria e alla base di tutti i prodotti dell'azienda. Ed è così che nasce, in collaborazione con il Gruppo Food, "L'Avventura di Acqua e i suoi amici": il libro per bambini che racconta l'avventura straordinaria di coloratissimi personaggi per salvare l'Amica Acqua, Risorsa per la Vita. Ogni prodotto della linea Kids è stato 'umanizzato' in un personaggio simpatico e divertente con l'obiettivo di sensibilizzare i bambini e i loro genitori sull'importanza di preservare le fonti d'acqua all'origine del benessere di tutti. Per la diffusione del libro stiamo utilizzando anche la nostra pagina Facebook all'interno della quale presentiamo tutto il mondo Kids di San Benedetto, i personaggi protagonisti de "L'Avventura di Acqua e i suoi amici" e diamo la possibilità, con un semplice click, agli utenti di accedere a un'anteprima del libro in attesa della sua diffusione prevista per il 2012. Infine, abbiamo stretto delle partnership strategiche con importanti aziende che giocano un ruolo rilevante nel mercato dei servizi destinati ai bambini, quali Gardaland, Aquafan e MSC Crociere, per la promozione e la commercializzazione in esclusiva dei nostri prodotti Kids".

