BVA

Data
25 Gennaio 2010

Thè Verde San Benedetto eletto prodotto dell'anno

25/1/2010

Il brand del **Gruppo Acqua Minerale San Benedetto** conquista il premio assegnato dalla società Marketing e Innovazione Italia nella categoria Tea. Per celebrare l'evento, dal **29 gennaio** il l'azienda veneta lancia la nuova **campagna ADV**, ideata da **NuoviE20**, che prevede una pianificazione importante sulla principale stampa quotidiana e periodica a diffusione nazionale, on air fino al 3 aprile.

Thè Verde San Benedetto è stato eletto miglior prodotto dell'anno 2010. Sono stati proprio i consumatori a decretare il successo del brand del **Gruppo San Benedetto** premiando la naturalità, l'alto grado di innovazione e l'elevata qualità del prodotto. La chiave del successo del **Thè Verde San Benedetto** risiede nella formulazione del prodotto che coniuga gusto e funzionalità, piacere dissetante legato ad una grande acqua oligominerale e ad un'azione rigenerante tipica del Thè Verde. Grazie al ricco concentrato di catechine e polifenoli rappresenta un prezioso alleato contro i radicali liberi, [illegible]

L'importante riconoscimento è stato assegnato al Thè Verde San Benedetto nella categoria Tea nell'ambito del premio **"Prodotto dell'Anno"** promosso dalla società Marketing e Innovazione Italia e attribuito in seguito ad un'indagine svolta da **TNS Italia** su di un panel di oltre 8000 consumatori.

"Siamo estremamente orgogliosi di ricevere questo prestigioso premio proprio perché sono stati i consumatori ad assegnarcelo, dimostrando il senso di fiducia verso il lavoro svolto dalla nostra azienda". - dichiara **Vincenzo Tundo**, Direttore Marketing di **Acqua Minerale San Benedetto** - "Con il Thè Verde il pubblico ha premiato la nostra capacità di cogliere in anticipo i bisogni in continua evoluzione dei consumatori, trasformandoli in prodotti innovativi e di assoluta qualità. Del resto siamo stati i primi a credere in questa tipologia di prodotto che si è dimostrata la più dinamica del mercato e in cui siamo arrivati a presidiare una posizione di assoluta leadership con una quota a volume del **51,1%** (YTD Dic '09 Fonte Dati IRI Consusi). La spiegazione del successo oltre che nella qualità e nell'innovazione di un prodotto adatto a tutta la famiglia, sta nella gamma di formati completa ed in grado di soddisfare in qualsiasi momento della giornata la voglia di bere un buonissimo Thè Verde: il formato famiglia da 1,5 litro in grado di coprire al meglio il consumo in casa, il mezzo litro e la lattina da 0,33 litri studiati per il fuori casa."

Per celebrare l'evento, dal **29 gennaio** il l'azienda veneta lancia la nuova **campagna ADV** dedicata all'elezione del **Thè Verde San Benedetto**. La campagna, ideata da **NuoviE20** e che prevede una pianificazione importante sulla principale stampa quotidiana e periodica a diffusione nazionale, sarà on air fino al 3 aprile.

Altre nella sezione
25/1/2010 19:25 A TBWA Italia il lancio della gelicate Medusa Film
25/1/2010 19:16 Campagna di marketing integrata per Playhouse Disney
25/1/2010 19:15 Conte lancia Grandi Plus con nel Communication e investe 40 mln in adv
25/1/2010 19:14 La strategia in pubblicità, i nuovi libri di Mario Lombardi
25/1/2010 19:00 Lascia che la vita ti sorprenda, nella nuova campagna CNH firmata Universal
Altre notizie