

Data	Pagina
Gennaio 2010	56

BATIK SUCCOSO SI RIFÀ IL LOOK E AGGIUNGE IL GINSENG

Forte attenzione nel 2010 da parte di San Benedetto per Batik Succoso. La società ha infatti avviato una rivisitazione del marketing mix che dovrebbe risultare molto impattante. Il restyling investirà la bottiglia da 1,5 l e quella da 0,25 l, destinata sia alla grande distribuzione sia al canale vending, al fine di sostenerne le vendite a 360 gradi. "A partire dal prossimo aprile - dice **Lorenzo Benvegnù, product manager di Acqua Minerale San Benedetto** - Batik Succoso sarà sul mercato con la nuova veste grafica, più accattivante e di maggior impatto a scaffale. Il prodotto ci ha dato molte soddisfazioni in questi anni e perciò vogliamo consolidarlo nel mercato. Per il formato da 0,25 l (20 milioni di pezzi prodotti, due terzi dei quali distribuiti attraverso il canale vending, ndr) adottiamo una nuova bottiglia,

dalla forma più sinuosa rispetto alla precedente, e innoviamo nei gusti. Resteranno sempre sei, ma pera, pesca e albicocca diventeranno dei mix grazie all'aggiunta di ginseng, un tonico naturale ideale per ripartire con slancio dalla colazione. I dati segnalano che c'è una crescita dei prodotti funzionali e di tutti quelli che sfuggono alla logica del singolo gusto e vanno su occasioni di consumo più specifiche. Per la proposta da 1,5 l i gusti resteranno quelli già consolidati, Ace, arancia rossa e ananas". A questi verrà affiancata la ricerca di una maggiore distribuzione, che San Benedetto vorrebbe portare a 60 punti dai 40 attuali nell'arco di un biennio. Il lavoro su Oasis - marchio di proprietà di Orangina-Schweppes, ora acquisita dalla giapponese Suntory (vedi a pag. 12) - proseguirà con gli interventi iniziati lo scorso anno: "Vogliamo

completare il percorso iniziato nel 2009 - conclude Benvegnù -, che si è tradotto in un cambio di grafica che punta sulla naturalità, sulla presenza di acqua minerale nella ricetta e sull'assenza di conservanti. Per il 2010 l'obiettivo è riqualificare i formati da 0,25 e 1,5 litri, adottando nuove bottiglie in pet dal forte appeal". Novità anche per Batik Break, il prebiotico a base di frutta. "A partire dalla prossima primavera - spiega **Paolo Toffano, brand manager di San Benedetto** - per rimanere allineato con le tendenze di mercato, Batik Break sarà rinnovato sia nella ricetta sia nell'immagine. Queste novità coinvolgono anche il formato, che passerà da 0,25 l a 0,20 l, a nostro avviso molto più pratico per il consumatore". Restano due i mix di gusti: mango-ananas e fragola-banana.