San Benedetto Kids on air per il Back to School 2014

frame1-sanbenedetto-00239-3507486f

Acqua Minerale San Benedetto per il Back To School lancia la nuova campagna tv a supporto della linea San Benedetto Kids. Una novità assoluta pensata per i piccoli consumatori e per i loro genitori, in qualità di responsabili di acquisto, che vedrà protagonisti, nei formati dedicati, l'Acqua Minerale "Baby Bottle", il Thé Deteinato e le bevande a base camomilla "Baby Drink".

[embed width="560"]http://youtu.be/inwuprernu8[/embed]

La campagna tv è on air dal 7 settembre fino all'11 ottobre per un totale di 529 passaggi e 621 Grp's sui canali più seguiti dai bambini e dai ragazzi: Boing, Cartoonito e RAI. Tema dello spot, un'avvincente narrazione "cartoon" con i personaggi dei Baby Looney Tunes di Warner Bros, protagonisti anche sulle bottigliette, che presentano tutti i plus di prodotto e celebrano l'identità giocosa e lo spirito di San Benedetto Kids: la linea più ampia del mercato in grado di soddisfare il piacere dei più piccoli e rassicurare le mamme, grazie all'esclusiva bottiglia "Pull&Push", all'imbottigliamento in ambiente protettivo e alle ricette senza conservanti, senza coloranti e senza glutine.

«L'obiettivo della comunicazione è quello di promuovere la conoscenza dell'intera linea San Benedetto Kids favorirne la prova e trasmettere l'"uniqueness" di ciascun prodotto - dichiara Vincenzo Tundo, direttore marketing Acqua Minerale San Benedetto S.p.A -. Una modalità immediata ed efficace oltre che divertente nei contenuti, grazie alla presenza dei Baby Looney Tunes, pensata per proporre ai bimbi e ai loro genitori un modo "ludico" di bere tutto nuovo».

A sostegno dello spot, dal claim "Bevi bene, cresci giocando!", la campagna Back to School 2014 di San Benedetto prevede anche una visibilità online attraverso il posizionamento del bottone sponsor "San Benedetto Kids" sulla pagina web di Baby Looney Tunes; una visibilità in-store grazie ai nuovi display ispirati nella grafica ai Baby Looney Tunes; una campagna sampling che prevede la diffusione

di 120.000 box multibrand (1 Thè San Benedetto Deteinato 0.25L + 1 cartolina promo) veicolati attraverso il network Cartoshop, la più grande realtà di cartoleria in Italia con più di 2.000 affiliati.

Nata nel 1956, Acqua Minerale San Benedetto S.p.A., con un fatturato consolidato di gruppo di 681,3 milioni di euro, una capacità produttiva in Italia di 17.000.000 pezzi al giorno, è l'azienda tutta italiana più importante nell'intero mercato del beverage analcolico. E' attiva commercialmente in circa 100 Paesi nei cinque continenti ed è leader in Italia nelle bibite piatte, co-leader nell'acqua, nel thè, nelle bibite gassate e negli sport drinks.