Acqua Minerale San Benedetto, on air la nuova campagna con Elisabetta Canalis

20240610100646 1920x1080-thezero-078e2dcb

Sono **tre gli spot della nuova campagna pubblicitaria** di Acqua Minerale San Benedetto, legati rispettivamente a **Thè Regular, Thè Zero e Fruit&Power**, e accompagnati dalla testimonial **Elisabetta Canalis**.

Realizzata dall'agenzia creativa The Beef con la casa di produzione Akita e con la firma del regista **Federico Brugia**, la campagna è **on air dal 9 giugno** sulle principali reti televisive nazionali Rai, Mediaset, La7 e Discovery e si estenderà anche sulle principali riviste off line e on line e attraverso campagne digital cross canale.

Il nuovo claim, **"Irresistibilmen-thè"**, pone l'accento sulle caratteristiche fresche e dissetanti del prodotto mentre le immagini sono accompagnate dalla nuova colonna sonora "Time of the Season" (la cover è realizzata da The Log). Gli spot dedicati al Thè San Benedetto rendono omaggio alla **bellezza delle spiagge salentine**, situate tra Porto Cesareo e Gallipoli, simbolo di estate, divertimento e freschezza. Tra i protagonisti, come annunciato, c'è anche Fruit&Power, l'energy drink ideale per un break di metà mattina o pomeriggio da portare sempre con sé durante la giornata. **"My Energy Break"** è l'ormai consolidato claim che ha come obbiettivo quello di mettere in risalto le peculiarità del prodotto.

*«Questa importante pianificazione posiziona San Benedetto tra i protagonisti della comunicazione italiana con l'obiettivo di **rafforzare il legame stretto e duraturo** creato nel corso degli anni grazie alla capacità di saper soddisfare i bisogni e le esigenze dei consumatori in cerca di prodotti innovativi e di qualità»* afferma **Vincenzo Tundo**, Direttore Commerciale e Marketing Italia Acqua Minerale San Benedetto, sottolineando come la comunicazione sia **uno dei pilastri fondamentali per l'azienda** nonché una risorsa orientata sempre di più all'innovazione e al valore. *«L'impegno che portiamo avanti nell'ambito della comunicazione si traduce in una **presenza ininterrotta durante tutto l'anno**, con più di 36.000 GRP's totali (+51,5% rispetto al 2023), un **posizionamento prevalente in***

primetime *e uno standard qualitativo superiore ai benchmark di mercato»* aggunge Tundo.

Oltre ai nuovi spot, il Gruppo veneto continuerà a supportare i propri brand con la campagna **“My Secret”**, sempre con Elisabetta Canalis. Insieme a lei la purezza dell’**Acqua Minerale San Benedetto**, **Succoso Zero**, la linea di **Bibite San Benedetto Zero** e le acque funzionali **Aquavitamin e Skincare**.
Nel 2024 San Benedetto ha ampliato la sua presenza televisiva aggiungendo una ricca programmazione sulle reti Discovery con Acqua Minerale, Thè, Bibite e Succhi e l’intero mondo delle acque funzionali con la novità, recentemente lanciata, San Benedetto Aquaprotein. Tornano inoltre in comunicazione il brand **Guizza** e la **linea Baby** con nuovi spot dedicati al mondo dei più piccoli. Non mancherà sostegno e valorizzazione alle acque regionali con una comunicazione ad hoc per **Cutolo Rionero Fonte Atella**, l’acqua effervescente naturale simbolo per la Basilicata e le regioni limitrofe, e per **Acqua di Nepi** con il testimonial Alessandro Borghese. Oltre alla presenza tv e sulle piattaforme digital, Acqua di Nepi sarà protagonista insieme a San Benedetto Millennium Water degli show televisivi **“Celebrity Chef” e “Kitchen Sound”** condotti da Alessandro Borghese e **“Cotto & Mangiato”** con Tessa Gelisio.

On air, infine, anche **San Benedetto Ecogreen** insieme al suo ambassador **Vittorio Brumotti.** La linea di Acqua Minerale con il 100% delle emissioni di CO2 compensate è protagonista della campagna dal claim **“CO2 impatto zero”**. L’obiettivo è **sensibilizzare il grande pubblico sull’impegno sostenibile di San Benedetto** e sulla possibilità di non essere solo spettatore ma di recitare un ruolo da protagonista nel proteggere l’ambiente e mantenere pura e incontaminata l’acqua anche per le generazioni future.