San Benedetto presenta i nuovi spot on air

30-de91a3f4

Acqua Minerale San Benedetto rafforza il suo ruolo di leader di mercato, presentando la nuova campagna dal claim “Quando pensi ad un’acqua, pensi a San Benedetto”. Cinque episodi, on air dallo scorso 7 giugno e per tutta l’estate sulle reti Rai e Mediaset, per raccontare le caratteristiche distintive e la poliedricità di un’acqua minerale, l’unica in grado di soddisfare davvero tutti i bisogni dei consumatori. Protagonisti nei nuovi spot sono le persone, ciascuna con i propri desideri, le proprie necessità e i propri “ci vorrebbe…” per le quali San Benedetto rappresenta la soluzione. La forza competitiva dell’Acqua Minerale San Benedetto risiede, infatti, nell’equilibrata composizione di minerali e oligoelementi che la caratterizzano e nell’ampia gamma di formati destinati ad ogni esigenza: da quelli famiglia a quelli per il consumo “on the go”, dalla linea “progetto ecogreen” dedicata a chi ama l’ambiente fino all’eleganza della linea “Prestige Rose Edition” per la ristorazione e alla “Baby Bottle” studiata su misura per i più piccoli e imbottigliata in ambiente protetto, un autentico valore aggiunto che significa protezione totale.

*VincenzoTundo copia 2**“La realizzazione di questa campagna parte sicuramente dall’obiettivo di consolidare la nostra immagine di leader di mercato”*, ha dichiarato Vincenzo Tundo, Direttore Marketing del Gruppo Acqua Minerale San Benedetto S.p.A. *“Sappiamo oggi di avere di fronte un consumatore consapevole, attento e quindi più esigente, che fa le sue scelte sulla base dei propri bisogni e desideri. Pertanto la nostra nuova comunicazione va in questa direzione, avvalendosi di un linguaggio semplice, snello e diretto. Con gli spot proponiamo nuovi modi di bere insiti non solo nelle preziose caratteristiche della nostra acqua ma, anche, nella distintività della marca e nella poliedricità di un brand capace di esprimersi su dimensioni valoriali diverse: dalle prestazioni di prodotto all’accessibilità dei formati, dall’impegno per l’ambiente all’attenzione verso i più piccoli (grazie anche alla certificazione di acqua indicata per la preparazione degli alimenti dei lattanti), fino ad arrivare all’eleganza per la ristorazione. Valori che hanno fatto di San Benedetto il primo Brand in assoluto di acque minerali in Italia”.*

43San Benedetto ha scelto per la nuova campagna la creatività di Gigi Barcella, e la regia di Luca Lucini, regista di noti spot televisivi e di film di successo tra i quali “Tre metri sopra il cielo” e “Solo un

padre”. I nuovi spot saranno affiancati da una campagna stampa dedicata al formato Baby Bottle dell’Acqua Minerale San Benedetto, pianificata sui principali quotidiani e periodici nazionali. *“Si tratta di un segnale di vitalità importante per un’azienda leader che decide di continuare a dialogare con i propri consumatori aumentando il livello di pressione pubblicitaria complessiva del Gruppo”*, ha continuato Tundo. *“La pianificazione sarà di 19 settimane con una pressione di circa 6000 grp’s ed una elevata qualità data dalla presenza degli spot posizionati al 100% con una percentuale di prime time dell’85%”*.

Nata nel 1956 per l’imbottigliamento delle acque minerali di Scorzè (Ve), Fonte San Benedetto e Fonte Guizza, Acqua Minerale San Benedetto in breve tempo si è trasformata da piccolo produttore locale in azienda presente su tutto il territorio italiano, con forti interessi anche fuori dai confini nazionali. Oggi il Gruppo San Benedetto, attivo commercialmente in circa 100 paesi nei cinque continenti, è la prima società del mercato di riferimento a capitale interamente italiano e il secondo player del comparto del beverage analcolico. L’attuale assetto societario garantisce al Gruppo Veneto una dimensione e una capacità produttiva di rilievo: sei stabilimenti in Italia - Scorzè (Venezia), Popoli (Pescara), Donato (Biella), Nepi (Viterbo), Viggianello (Potenza), Atella (Potenza) - due di proprietà in Spagna, uno in Polonia, uno in Ungheria e stabilimenti in Joint Venture in Messico e Repubblica Dominicana; 1.800 dipendenti nel mondo e una capacità produttiva solo in Italia di 18 milioni di pezzi al giorno. Azienda “totale”, multispecialista e multicanale, San Benedetto opera con successo in tutti i segmenti del mercato del beverage analcolico, dalle acque minerali (San Benedetto, Primavera, Acqua di Nepi e Guizza) a quelle addizionate (Aquavitamin e San Benedetto Ice Formula Zero), dalle bibite gassate (San Benedetto e Schweppes) al thè (San Benedetto e Guizza) e alle camomille (Baby Drink), dagli sport drink (Energade), alle acque toniche (Schweppes) fino alle bibite piatte a base di succo (Oasis e Batik) e agli aperitivi (Ben’s e Schweppes).