

In netta crescita i volumi horeca per Acqua S.Bernardo

san-bernardo-head-d0150041

Quasi il 60% di crescita in due anni, copertura della maggioranza delle regioni italiane e nuovi mercati aperti in Europa e nel mondo. Acqua S.Bernardo si presenta all'International Horeca Meeting IHM 2017 di Roma (Marriott Park Hotel, 10-11-12 Febbraio) soprattutto con lo spirito di ringraziare chi ha creduto nel gruppo e ha permesso una crescita dei volumi del settore della ristorazione senza precedenti.

Dai cinquanta milioni di litri della primavera 2015 si è passati ai quasi ottanta di oggi. *“Abbiamo ampliato la gamma dei formati e girato in lungo e in largo l'Italia, ma il principale merito di questo risultato è sicuramente di chi ci ha dato fiducia, ha creduto nel brand e nella nuova struttura e che ora vogliamo ringraziare”* spiega il direttore generale di Acqua S.Bernardo, **Antonio Biella**.

[san-bernard](#)Oggi così il gruppo, oltre che nel territorio “storico” del Piemonte e della Liguria, ha fatto registrare performance positive e sviluppo in Veneto e in tutto il Centro-Sud Italia. Per quanto riguarda l'export proseguono i riscontri positivi in Francia, grazie all'acquisizione di alcuni locali sulla Costa Azzurra. Acqua S.Bernardo è presente a Londra e in generale sul mercato britannico oltre che in Albania, Germania, Giappone e a Taiwan. Recentemente sono stati avviati progetti di export in Usa e in Russia. *“La forma delle nostre bottiglie, le Gocce di Giugiaro è inconfondibile e non lascia mai indifferenti i clienti. Anche all'estero di solito è un amore a prima vista. Vengono subito riconosciuti la qualità e il design made in Italy”* commenta ancora il direttore generale Biella.

La qualità del design della bottiglia “Goccia” ben si sposa con la qualità di Acqua S.Bernardo che si distingue per leggerezza, ph neutro e una bassa presenza di nitrati e nitriti. Elementi, questi, fondamentali alleati dei chef, nella preparazione dei loro migliori piatti.

Acqua S.Bernardo e il nuovo The Bio in Acqua minerale S.Bernardo si confermano prodotti di fascia medio alta dell'Horeca. L'azienda abbina alla qualità e alla distribuzione capillare un'attenta politica

promozionale. La rete vendita viene infatti premiata con gadget e oggetti di uso comune brandizzati con l'acqua e il the. Tra questi spiccano le frigovetrine S.Bernardo, ma anche i cestini portapane, le pratiche "doggy bag", le glaccette di Alessi brandizzate e i portapizza.

L'International Horeca Meeting, che taglia il traguardo della sesta edizione è un punto di riferimento per un comparto complesso e in continua evoluzione come quello dell'Horeca. La manifestazione oltre alle attività congressuali e di relazione offre proficue possibilità di B2B. Anche per questo Acqua S.Bernardo ha deciso di confermare la sua partecipazione con tutto il suo staff del comparto.

www.sanbernardo.it