Sant'Anna cresce con SanThè

santhe-santanna-2018-dd4c99d5

Rebranding, nuove ricettazioni, nuovi formati, nuovi pack: un rilancio a 360° per il brand **SanThè** ha permesso di confermare con i risultati gli obiettivi annunciati all'inizio del 2018 dal **Gruppo Sant'Anna**, leader dell'acqua minerale.

I risultati di sell-out dal momento del lancio parlano chiaro: **il formato da 1,5 litri cresce del 57%**, con oltre 9,5 milioni di litri di the venduti a fine ottobre. Una crescita importante, verso un mercato che ha segnato in media – 2,8 punti a volume.

I risultati incoraggiano l'azienda di Vinadio (Cuneo) nella scelta di crescere per linee interne, sostenuta in questi ultimi anni da importanti e continui investimenti per lo sviluppo della divisione bevande, che include oltre al the pronto SanThè anche i mix di frutta e verdura a marchio **Karma**. Il comune denominatore di tutte le bevande, anche per la rinnovata ricettazione del the, è l'alta qualità dell'ingrediente principale di tutte le ricette: l'**acqua minerale Sant'Anna**, da sempre garanzia di qualità e attenzione al consumatore, su cui si innestano ingredienti e metodi di produzione pensati per ottenere solo prodotti premium. La ricetta del the, ad esempio, rispetta la tradizione dell'infusione, con ingredienti selezionati, senza conservanti, né glutine né coloranti, per un gusto autentico che si presta anche al consumo caldo.

Garantendo un presidio completo della qualità, tutti i formati sono prodotti nello stabilimento ultratecnologico di Vinadio, dove per completare la gamma SanThè è entrata in funzione anche una **nuova linea in asettico**, che produce la nuova bottiglia ergonomica da 1,5 litri con il caratteristico design a goccia, che richiama la forma esclusiva e da sempre riconoscibile di Sant'Anna. Il rilancio del brand ha dunque coinvolto tutta l'azienda ad ogni livello, dall'R&D alla produzione, fino al marketing e comunicazione.

Con lo stesso approccio di risposta ai fabbisogni del consumatore, che da sempre contraddistingue il brand Sant'Anna, SanThè offre oggi una gamma che include **bicchierino monoporzione e bottiglie da mezzo e 1,5 litri** per i gusti più classici, **bottiglietta da 0.25 litri deteinato** con tappo thumb-up

per i più piccini, **mezzo litro e 1,5 litri** per i gusti della **linea benessere**.

Anche nel segmento del the freddo, come già con l'acqua minerale, Sant'Anna contribuisce a dare un importante contributo di crescita alla categoria e al settore delle bevande in generale, tanto che la crescita su più fronti ha permesso al Gruppo di configurarsi come **uno dei primi 25 top players del largo consumo confezionato**.

"Abbiamo investito molto in questo rilancio e siamo soddisfatti dei risultati che stiamo avendo. – commenta **Luca Cheri**, Direttore Commerciale del Gruppo Sant'Anna Fonti di Vinadio –. I consumatori riconoscono l'elevato rapporto qualità/prezzo che da sempre caratterizza il brand Sant'Anna e che oggi si riflette sulla nostra gamma di bevande sempre più ampia. Nel 2019 continueremo l'opera di diversificazione con nuovi prodotti in grado di soddisfare sempre meglio la domanda del consumatore".