



ACQUA SANT'ANNA A FIANCO DEL 33° TORINO FILM FESTIVAL

Torino torna capitale del cinema con la 33esima edizione del Torino Film Festival, che si terrà dal 20 al 28 novembre prossimi. Partner della kermesse cinematografica il Gruppo Sant'Anna Fonti di Vinadio: il marchio italiano leader dell'acqua minerale è partner esclusivo per l'acqua.

Il Torino Film Festival, organizzato dal Museo Nazionale del Cinema, è uno dei festival cinematografici più importanti nel panorama nazionale e internazionale. Propone cinema "giovane", attento all'innovazione del linguaggio cinematografico, così come cinema d'autore e retrospettive. È per questo un festival con un largo seguito tanto tra gli addetti ai lavori quanto tra gli appassionati di cinema di tutte le età.

Sotto i riflettori che illumineranno Torino come città del cinema, il Gruppo Sant'Anna vuole ribadire il suo legame con il territorio e la volontà di sostenere gli eventi più di spicco della città.

Saranno oltre 6.000 le bottiglie di Acqua Sant'Anna, distribuite gratuitamente agli ospiti, ai giornalisti, agli accreditati del Festival. Sant'Anna è l'acqua preferita dagli italiani per le sue eccezionali qualità: l'acqua che sgorga dalle montagne che sovrastano Vinadio, nel cuore della Alpi Marittime e che si distingue per la sua straordinaria leggerezza, con un residuo fisso tra i più bassi al mondo (solo 22,0 mg per litro). Acqua Sant'Anna sarà presente ai principali appuntamenti del Torino Film Festival: durante le conferenze stampa, nei workshop organizzati al TorinoFilmLab e alle serate ufficiali, come l'inaugurazione, all'Auditorium del Lingotto, e la festa di chiusura.

COMPANY PROFILE

Creata nel 1996, Fonti di Vinadio è un caso eccellente di successo made in Italy, leader nazionale del mercato acque minerali con il marchio Sant'Anna. Se all'inizio l'obiettivo della famiglia Bertone era portare l'acqua di Vinadio sulla tavola di tutti gli Italiani, oggi l'Acqua Sant'Anna ha varcato i confini nazionali e si sta affermando sui principali mercati stranieri, tessera dopo tessera di un mosaico che vuole far entrare il marchio ai vertici del settore mondiale dopo aver consolidato la leadership tricolore. Tutto questo grazie alle qualità uniche dell'acqua e a importanti intuizioni che hanno conquistato il favore del pubblico: dalla comunicazione trasparente ai consumatori al lancio di Sant'Anna Bio Bottle, la prima bottiglia di acqua minerale rivolta al mass market realizzata con un biopolimero di origine vegetale, che non contiene neanche una goccia di petrolio.

Lo sviluppo di questo e di tutti i prodotti, così come la crescita continua dell'Azienda, sono sempre stati sostenuti da ingenti investimenti in ricerca, soluzioni tecnologiche all'avanguardia, automazione, IT, innovazione di prodotto e marketing.

Consolidata la leadership nel settore delle acque minerali, l'Azienda ha individuato nuove opportunità di sviluppo nella crescita per linee interne e dal 2012 ha intrapreso un percorso di ulteriori investimenti finalizzati alla diversificazione e all'ampliamento della gamma prodotto. Dapprima si è inserita nel settore del té freddo creando SanThé, vero infuso di té in acqua Sant'Anna nel formato bicchierino. A poco più di un anno di distanza si è aggiunto SanFruit, succo e polpa in acqua Sant'Anna, il primo del settore ad offrire un nettare nel formato bicchierino. Il Gruppo Sant'Anna Fonti di Vinadio è oggi il terzo brand del settore bevande.

Per il Gruppo Fonti di Vinadio, il 2014 si è chiuso con un fatturato di ca. 250 milioni di Euro e vendite per 1 miliardo di bottiglie di acqua minerale e 100 milioni di bicchierini di SanThé e SanFruit Sant'Anna.