

## Dall'esperienza di Lilia nasce Lilia Emotion

*Una nuova gamma di bevande in acqua minerale naturale Lilia  
per offrirti un altro modo di dissetarti e reidratarti*

Milan, febbraio 2008 - **Lilia** presenta, Lilia Emotion la nuova bevanda in acqua minerale naturale Lilia, arricchita con ingredienti scelti per il loro gusto delizioso e le loro proprietà benefiche in due varianti: **Lilia Emotion Mind**, gusto lime e guaranà e **Lilia Emotion Body**, gusto pesca bianca e aloe vera con vitamina E.

Lilia Emotion risponde ad un'esigenza del consumatore sempre più attento a scegliere il prodotto più adatto alle proprie esigenze e al proprio stile di vita.

La crescita del segmento "bevande acque con gusto" in cui, secondo la classificazione della società di ricerche di mercato IRI si colloca Lilia Emotion, nel 2007 è stata molto importante. IRI infatti rileva che per il canale moderno la crescita in volume è stata del 48%, mentre a valore è stata del 54% (IRI tot. Italia Banca Dati Hyper, Super + Libero Servizio 400-200mq, Totale anno 2007); nel canale fuori casa invece la crescita è stata molto più importante, si registra un incremento del 223% in volume e del 255% a valore (Fonte: IRI tot. Italia Banca Dati Grossisti Bevande; anno terminante novembre 2007).

In questo contesto di mercato in forte crescita, la proposta di Lilia Emotion è stata molto apprezzata dai consumatori italiani. Come si evince da una ricerca condotta da Ales Market Research\*, in Italia il 94% degli intervistati ha dichiarato che "sicuramente/probabilmente comprerebbe" un prodotto come quello descritto e il 52%, alla domanda "dove berresti Lilia Emotion", ha indicato "fuori casa", mentre un altro 42% ha dichiarato che consumerebbe il prodotto indifferentemente sia "fuori" che "in" casa.

"A un anno dal rilancio di Lilia – afferma **Cristina Santucci**, direttore Marketing di Coca-Cola Italia – il lancio di Lilia Emotion rappresenta il primo passo di un percorso di innovazione che



vedrà attiva Fonti del Vulture nel corso del prossimo triennio, nella convinzione di creare valore per i nostri consumatori e per i nostri clienti. Lilia Emotion si rivolge a un target adulto, dallo stile di vita moderno e attento alle novità del mercato. Il lancio verrà sostenuto da un supporto pubblicitario in TV, da un sito internet ([www.acqualilia.it](http://www.acqualilia.it)) che informerà i nostri consumatori circa le proprietà del prodotto e da accattivanti materiali di allestimento del punto di vendita”.

“Lilia Emotion darà un contributo importante alle vendite nei canali del consumo immediato”, spiega **Philippe Steyaert**, Water Business Unit Director di Coca-Cola HBC Italia, “con effetti positivi per i nostri clienti. Peraltro, bar, alberghi, ristoranti, discoteche e tutti i pubblici esercizi potranno contare sul sostegno e sulla consulenza delle oltre 1.300 persone impegnate nella nostra forza vendita diretta. L’ingresso sul mercato di Lilia Emotion, dopo il lancio nazionale del 2007 di Lilia, s’inserisce tra le numerose attività tese al rafforzamento di Fonti del Vulture. Infatti, nell’arco di due anni le acque prodotte e commercializzate dall’azienda lucana hanno ampliato la loro diffusione su tutto il territorio nazionale”.

Da oggi, Fonti del Vulture amplia la sua gamma di prodotti con la bevanda Lilia Emotion nelle due varianti Lilia Emotion Mind e Lilia Emotion Body che aiutano a reidratare l’organismo, contribuendo alla quantità totale di liquidi raccomandata di 1,5- 2 litri al giorno.

Lilia Emotion, nel formato Pet 0,5 Lt, verrà distribuita a partire da fine febbraio con un pack di forte impatto e un’etichetta che unisce innovazione ed eleganza.

**Per ulteriori informazioni:**

Ivo Ferrario - [ivo.ferrario@cchellenic.com](mailto:ivo.ferrario@cchellenic.com) - 0227077596 - 3356813017

Sara Ranzini - [saranzini@eur.ko.com](mailto:saranzini@eur.ko.com) - 0226246373 - 3355411391