

Italian talents

Communiqué de presse

Lausanne, 18 juin 2010

ITALIAN TALENTS, le nouveau projet international imaginé par S.Pellegrino.

Lancée en 2010, l'initiative a pour but de créer des synergies entre S.Pellegrino et des entreprises italiennes de renommée internationale. Ces dernières, actives dans le segment « premium » du marché, doivent être représentatives de la culture et du style italiens et se distinguer par leurs capacités d'innovation, de qualité, de service, de design et de prestige.

L'intention est de diffuser un message qui incarne un style de vie. Le concept réunit S.Pellegrino et une autre marque italienne prestigieuse, également leader dans son secteur et dont l'excellence est reconnue au niveau international. La bouteille traditionnelle de S.Pellegrino - ambassadrice de l'art de vivre à l'italienne sur les tables les plus raffinées du monde - est le principal protagoniste de ce projet. Elle sera confiée aux soins de la marque choisie pour être réinterprétée et renaître sous la forme d'une *Edition spéciale*, distribuée dans les meilleurs restaurants du monde pour une période d'environ trois mois.

Le point de départ de ce projet a consisté, tout d'abord, en l'identification des forces communes à S.Pellegrino et à ses futurs partenaires : une image de qualité élevée, un rôle de leader dans son secteur et une réputation d'excellence au niveau international.

Un effort a ensuite été consenti pour mettre l'accent sur la valeur intemporelle des deux marques. Cet actif intangible constitue un authentique avantage compétitif pour les entreprises les plus représentatives du label « Made in Italy ». Stefano Agostini, CEO de S.Pellegrino Spa, précise: *“Promouvoir cette valeur est essentiel, puisqu'elle contribue aux stratégies à moyen et à long terme, qui permettront de se hisser au premier plan et de bénéficier d'un prestige mondial. Par ailleurs, en franchissant les frontières nationales, les initiatives réciproques ne peuvent que contribuer au développement et au renforcement des marques concernées.”*

Italian talents

S.Pellegrino a considéré que MISSONI serait le partenaire idéal pour lancer la première édition du projet ITALIAN TALENTS. Les deux marques partagent, en effet, de nombreuses valeurs communes.

MISSONI a inventé un style de mode unique, joyeux et non-conformiste. C'est une marque authentique et inimitable, tout comme S.Pellegrino. Angela Missoni affirme: *“Habiller une bouteille, mettre en valeur les tons, les reflets et les nuances créés par la lumière à la surface de l'eau, est le travail que nous nous sommes assigné pour donner vie à notre interprétation de S.Pellegrino. Un objet capable d'évoquer et d'amplifier les caractéristiques de la fraîcheur, de la transparence et de l'éclat à travers le motif zigzag qui nous caractérise. Notre intervention vise à aller au-delà de la simple opération marketing. Nous n'avons rien inventé de nouveau, mais nous essayons simplement de transformer notre expérience et notre travail en objets de la manière la plus fluide et la plus attrayante possible.”*

L'*Edition spéciale* MISSONI (bouteilles de 50 cl et 75 cl en verre consigné) sera disponible en Suisse dans les restaurants, hôtels et bars à partir de la mi-juin, pour une durée de trois mois.

Le partenariat avec la famille Missoni marque le début d'une aventure qui prévoit l'intégration, dans chaque nouvelle édition, d'un acteur clé du « Made in Italy ».

Annexe : Quatre photos : *Edition spéciale* Missoni disponible sur le marché

Une photo : Bouteille originale limitée « habillée » par Angela Missoni

Contact:

Christian Schmed
Market Development Manager
Nestlé Waters (Suisse) SA
1525 Henniez
Tél. 026 668 69 70
christian.schmed@nestlewaters.ch

Bureau de presse:

André Rochat
Agape Communication
Rue de Bourg 35
1003 Lausanne
Tél. 021 799 36 36
andre.rochat@agapecom.ch