

ESTATHÈ

Vero infuso di thè

NUOVO

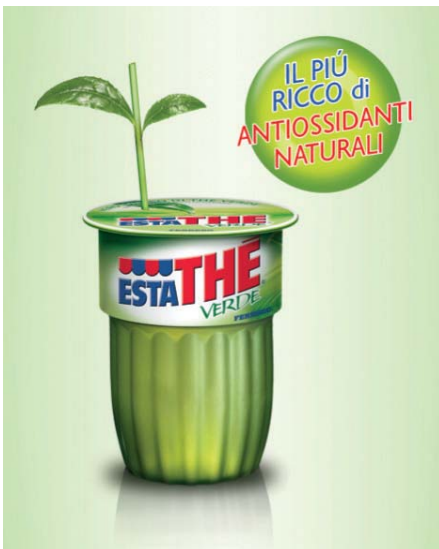
34



FERRERO

La nostra estate

Dietro ogni prodotto di successo c'è di solito una buona idea che nessuno ha mai avuta prima. Nel caso di Estathè la buona idea si colloca in una stagione precisa, l'estate, e viene affidata alle cure di un personaggio che il mondo commerciale ha in grande considerazione, la mamma italiana. Sino all'inizio degli anni '70 una delle principali incombenze della mamma italiana durante l'estate era tenere testa alla sete di tutta la famiglia. Ci riusciva benissimo. Così alla Ferrero hanno pensato che si poteva partire da lì. Nei pomeriggi afosi la signora metteva a bollire grosse pentole d'acqua, lasciava in infuso bustine di the, aggiungeva zucchero e succo di limone, poi travasava in bottiglia e metteva in frigo. Di più naturale c'era solo l'acqua del rubinetto. Altrimenti la sete si placava con le bollicine. Da quell'abitudine tutta italiana sono nati un prodotto italianissimo e una nuova categoria merceologica: il primo the pronto con tutte le caratteristiche della bevanda preparata in casa, intrigante e genuino. Il bicchierino monodose da 20 centilitri, poco ingombrante, era perfetto per l'arsura infantile. E in coerenza con la



stagione durante la quale la fabbrica famosa per le creme e le delizie al cacao si arrende al caldo, venne battezzato Estathè.

Nata nel vallo estivo, la bevanda per anni lì resta, imponendosi con la forza del suo gusto unico e irresistibile. Ma il margine è ampio: perfetto per il consumo indoor e outdoor, presto consacrato nella sfera del mito, Estathè allarga il suo target, piace ai piccoli e conquista anche i grandi. Confermando l'antica vocazione della Ferrero: inventare il desiderio per alimenti che ancora non sono in circolazione, lanciarli sul mercato e renderli i migliori. Creatività, ricerca continua del prodotto perfetto. Senza compromessi. In questo caso la ricetta resta identica a quella del the casalingo: foglie pregiate in arrivo dallo Sri Lanka, zucchero e puro succo di limone o pesca (il discorso non cambia per il deteinato, che garantisce uno sconto del 40% sulle calorie). Niente coloranti e conservanti, un gusto unico e inconfondibile che la concorrenza cercherà invano di imitare, rimediando con una sforbiciata ai prezzi. Così i volumi crescono, Estathè diventa adulto e conferma la sua leadership assoluta abbandonando la riserva stagionale. Può essere estate tutto l'anno. Al bicchierino monodose si aggiungono la lattina e le due bottiglie disegnate da Giugiaro (abbinamento non casuale, un prodotto di culto merita il suo stilista): il mezzo litro ideale per il consumo dilazionato fuori casa, il litro e mezzo della scorta famiglia. Alla fine cambia anche il taglio della comunicazione. Ringraziati i messicani Pedro e José che in sette anni hanno fatto sedimentare la conoscenza spontanea del brand con il tormentone "me gusta, me gusta", si cambia format. La tappa decisiva per aprire al prodotto nuovi orizzonti è l'irresistibile richiamo dell'Ape gialla, altra icona della tradizione italiana e protagonista dell'ultima campagna, in cui tutti sono invitati a vivere la positività, l'allegria, la festosità e la solarità che solo d'estate si assapora. Estathè inoltre partecipa al Giro d'Italia in qualità di Sponsor ufficiale della Maglia Rosa, accompagnando i ciclisti e gli appassionati della corsa attraverso le

tappe che animano le strade di tutta Italia. Estathè e il Giro d'Italia sono infatti da 12 anni una cosa sola. Questione di dna, di affinità profonde: il the pronto disseta chi corre ma anche chi aspetta, accende la festa in posti lontani dove non succede mai nulla. E dal momento che la creatività significa evoluzione continua, il 2008 porta la novità della versione al the verde, completamento della gamma sotto il segno del benessere. Ancora una volta il procedimento è l'infusione naturale, dettaglio non così scontato per la grande industria che trova più comodo ed economico utilizzare polveri liofilizzate. Ma la forza del prodotto è tutta qui: un gusto che racconta la storia che ci sta dietro. La nuova proposta di Estathè sposa la tendenza a prendersi cura di sé perché contiene il 30% in più di polifenoli (antiossidanti naturali, che contribuiscono a rallentare l'invecchiamento cellulare) rispetto alla media delle bevande a base di the verde. E' ricco di sostanze che fanno del bene, senza costringere a rinunciare al gusto. Più che moda, è una questione di cultura. La nostra estate sempre, se per estate si intende uno stato dell'anima.

