SANPELLEGRINO
GRUPPO

DALLA FONTE, OLTRE LA TAVOLA

LA CURA DELL'ACQUA PER LA CREAZIONE DI VALORE CONDIVISO

SANPELLEGRINO
GRUPPO

DALLA FONTE, OLTRE LA TAVOLA

LA CURA DELL'ACQUA PER LA CREAZIONE DI VALORE CONDIVISO

INDICE

00. Lettera dell'AD 06

01. Chi siamo

Il Gruppo Sanpellegrino 09
La leadership dell'azienda 10
La distribuzione del valore aggiunto 12
Una lunga storia di crescita e sostenibilità 13
I nostri marchi 14

02. La creazione del valore condiviso

Sostenibilità: la parola ai cittadini 17
La corrispondenza con l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite 20
La creazione del valore condiviso per il Gruppo Sanpellegrino 22
Le nostre ambizioni per il futuro 24

03. La cura delle nostre persone

Noi, le persone di Sanpellegrino 27
Un modello di comportamento condiviso 28
Dal modello alla nostra realtà quotidiana 29
Una vita sicura e sana per tutte le nostre persone 41

Dalla fonte alla tavola: il nostro ciclo produttivo 42

04. I nostri territori

Dove nasce la nostra acqua 45
La tutela delle nostre fonti 50
A fianco delle comunità locali 54
Pubblico e privato insieme per lo sviluppo 58

05. I nostri stabilimenti

Dove nascono i nostri prodotti 63
Il valore delle materie prime 66
Una performance ambientale d'eccellenza 67

06. Trasporti e logistica

Una logistica "verde" e sostenibile 73

07. Individui, famiglie e cittadini

Il consumatore al centro 79
L'impegno per i cittadini 83
Il valore del talento italiano 87

LETTERA DELL'AD

È con grande piacere e con una punta di orgoglio che presento il primo rapporto sulla creazione di valore condiviso del Gruppo Sanpellegrino.

Si tratta di un documento che raccoglie i frutti dell'impegno che tutte le nostre persone hanno profuso in questi anni senza mai risparmiare energie, idee e passione.

I risultati raggiunti sono oggi sotto gli occhi di tutti: il Gruppo Sanpellegrino occupa un posto di primo piano nel settore della produzione di bevande in Italia ed esporta i suoi prodotti in tutto il mondo come simbolo dell'eccellenza italiana.

Oggi clienti, consumatori e tutti gli altri soggetti con cui le imprese entrano in contatto nella loro attività quotidiana chiedono un impegno sempre maggiore alle aziende, perché esercitino le loro responsabilità nei confronti della società in cui operano. Noi da quasi 120 anni siamo parte attiva delle comunità, perchè sappiamo che gestire una risorsa preziosa per la vita e il benessere delle persone e del Pianeta implica andare oltre ciò che ci viene richiesto, generando valore per tutti.

Il nostro impegno si articola su tre pilastri: contribuire a crescere generazioni più sane, anche attraverso la corretta idratazione; coinvolgere le comunità per la valorizzazione dei territori; fare la nostra parte per una gestione sostenibile delle risorse naturali. A ciò si aggiunge naturalmente la cura delle persone che lavorano con noi, perchè senza quella che io chiamo una "bella azienda", fatta di passione e coerenza, non è possible perseguire nessuno degli obiettivi che ci siamo posti.

Sono tanti i progetti che abbiamo avviato e che negli anni sono cresciuti per rilevanza e impatto sulla comunità. Vorrei qui ricordarne uno, che ha contraddistinto il nostro 2016: il nuovo stabilimento di Castrocielo, un'eccellenza industriale in termini di innovazione, che fissa lo standard di tutti i nostri progetti futuri quanto a eccellenza ambientale ed integrazione con i progetti di sviluppo sociale ed economico del territorio. Sulla stessa strada si muovono i nuovi piani industriali che ci vedranno impegnati nei prossimi anni, fra cui ovviamente il grande progetto della nostra "Flagship Factory" di S.Pellegrino.

Infine, ci tengo a sottolineare che questo documento rappresenta la tappa di un percorso di condivisione, non solo dei traguardi raggiunti, ma anche degli obiettivi che ci poniamo per il futuro e che guideranno la nostra azione nei prossimi anni. Una strada lunga, complessa ma che sono certo porterà ancora e sempre valore per tutti.
Non mi resta che augurare buona lettura a nome mio e di tutte le persone di Sanpellegrino, con le quali condivido l'orgoglio per i risultati che abbiamo ottenuto insieme e l'impegno a raggiungere traguardi ancora più ambiziosi.

Un passaggio di testimone nel segno della creazione di valore

"Dopo la lunga e appassionante esperienza che ho avuto il piacere di vivere come Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo Sanpellegrino, sono felice di passare il testimone a un collega che stimo profondamente, un professionista a fianco del quale ho avuto il piacere di lavorare nel corso degli anni. Sono sicuro che, alla guida della nostra azienda, Federico saprà contribuire alla sua crescita, continuando a puntare su innovazione e centralità del consumatore, e che porterà avanti con energia l'impegno di Sanpellegrino nella creazione di valore condiviso per tutti."

Stefano Agostini,
Presidente e Amministratore Delegato

Federico Sarzi Braga,
Presidente
e Amministratore Delegato
Dal 1 Luglio 2017

01

Chi siamo

Il Gruppo Sanpellegrino
La leadership dell'azienda
La distribuzione del valore aggiunto
Una lunga storia di crescita e sostenibilità
I nostri marchi

IL GRUPPO SANPELLEGRINO

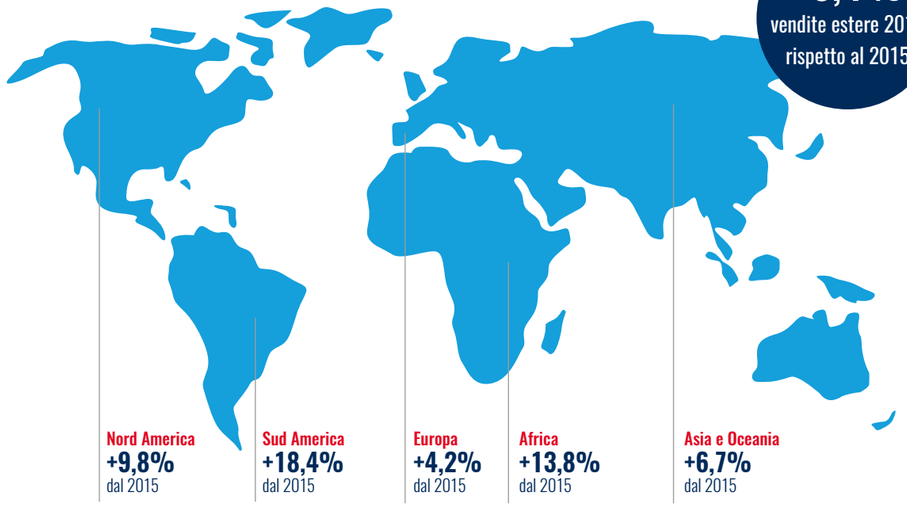
Il Gruppo Sanpellegrino è oggi una delle più grandi e importanti realtà nel settore della produzione di bevande in Italia e grazie ai suoi prodotti di altissima qualità si è affermata negli anni in oltre 150 paesi nel mondo. Oltre il 40% dei prodotti, infatti, viene venduto al di fuori dell'Europa.

1998 Sanpellegrino entra a far parte del Gruppo Nestlé.

2016 Il Gruppo Sanpellegrino realizza un fatturato di 895 milioni di euro, con 3,7 miliardi di bottiglie prodotte.

Sanpellegrino nel mondo

+6,4%
vendite estere 2016
rispetto al 2015



LA LEADERSHIP DELL'AZIENDA

Il Consiglio di Amministrazione

Presidente
Stefano Agostini

Consiglieri di Amministrazione
Giuliano Dal Fo
Massimo Ferro

Dal 1 luglio 2017 il Consiglio di Amministrazione del Gruppo Sanpellegrino è composto da:
Federico Sarzi Braga (Presidente)
Chiara Bisconti
Giuliano Dal Fo
Massimo Ferro

Il Comitato di Direzione

Presidente e Amministratore Delegato

Stefano Agostini

Presidente e Amministratore Delegato

Dal 1 Luglio 2017
Federico Sarzi Braga

Head of Local Business Unit
Stefano Marini

Head of International Business Unit
Giorgio Mondovì

Head of Finance & Control
Giuliano Dal Fo

Head of Human Resources
Gabriella Carello

Head of Technical Direction
Tim Keller

Head of Supply Chain
Maura Sartore

Head of Lean Market Program
Stefania Montagner

Head of Public Category Affairs
Antonio Punziano

Head of Corporate Affairs
Manuela Kron

LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

	2016 (Mln di €)	2014 (Mln di €)	Variazione 2016-2014
Ricavi	892.753	809.926	10,23%
Proventi finanziari	12.203	6.898	76,91%
Altri proventi	6.356	7.599	-16,36%
VALORE ECONOMICO GENERATO DAL GRUPPO	**911.312**	**824.423**	**10,54%**
Costi operativi	652.057	603.242	8,12%
Valore ridistribuito alle persone dell'azienda	94.723	93.011	1,13%
Valore ridistribuito alla Pubblica Amministrazione	47.448	33.371	42,18%
Remunerazione del Capitale di Credito	1.118	2.050	-45,46%
Remunerazione del Capitale di Rischio	90.613	65.005	39,39%
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO DAL GRUPPO	**885.959**	**797.189**	**11,4%**
Ammortamenti e svalutazioni	21.467	26.772	-19,8%
Accantonamenti e riserve	3.886	462	741,1%
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO DAL GRUPPO	**25.353**	**27.234**	**-6,91%**

Il valore distribuito alle persone dell'azienda ammonta al ***14,5%*** dei costi operativi. Il valore reso direttamente alla Pubblica Amministrazione rappresenta oltre il ***7%*** dei costi operativi. Nel 2016 le tasse di concessione e di imbottigliamento sono state pari a ***4,4 milioni di euro***.

UNA LUNGA STORIA DI CRESCITA E SOSTENIBILITÀ

1899
Fondazione dell'azienda Sanpellegrino

1932
Lancio dell'Aranciata Sanpellegrino

1957
Acquisizione di Acqua Panna

'90
Treno per il trasporto di acqua minerale

1993
Acquisizione dei marchi Levissima e Recoaro

1998
Ingresso nel Gruppo Nestlé e incorporazione di Vera

2000
Restauro e apertura Villa Panna

2006
Avvio progetti nelle scuole

2007
Avvio progetto ghiacciai Levissima

2010
1 miliardo di bottiglie vendute tra acqua minerale S.Pellegrino, bibite gassate e aperitivi

2010
Materiali innovativi per il packaging: biobottle Levissima e R-PET Nestlé Vera

2012
Lavoro agile per tutti gli impiegati Sanpellegrino

2016
Inaugurazione Smart Factory Castrocielo e completamento modello multifonte

I NOSTRI MARCHI

S.Pellegrino
L'acqua ambasciatrice dell'eccellenza italiana
Fonte: SAN PELLEGRINO TERME
Bergamo

Simbolo del "Made in Italy" e portavoce dell'eccellenza italiana all'estero.
1 miliardo di bottiglie vendute nel mondo nel 2016. Acqua ufficiale di Expo Milano 2015 e del Padiglione Italia.

Acqua Panna
Il gusto della Toscana sulle tavole di tutto il mondo
Fonte: SCARPERIA
Firenze

Imbottigliata in una riserva di 1.300 ettari che il Gruppo Sanpellegrino si è impegnato a salvaguardare.

Levissima
La purezza della montagna nel cuore
Fonte: CEPINA
Sondrio

Sviluppa da anni progetti per la **tutela dei ghiacciai italiani**. Partner delle istituzioni locali nella promozione turistica della Valtellina. Marchio "Valtellina Impresa" (2012), come certificazione di responsabilità sociale e ambientale locale.

Nestlé Vera
Per un futuro sempre più "sano"
Fonti: SAN GIORGIO IN BOSCO (PD), SANTO STEFANO QUISQUINA (AG), CASTROCIELO (FR).

Simbolo della **corretta idratazione per tutta la famiglia**, con una particolare attenzione ai bambini. Imbottigliata in multifonte, con l'utilizzo di più sorgenti sul territorio nazionale per valorizzare le risorse locali.

Bibite Sanpellegrino
Il valore delle tipicità agricole italiane
Una vasta gamma di bibite con una lunga storia, iniziata nel 1932 con l'Aranciata Sanpellegrino, che contiene solo **arance 100%**

"Made in Italy", la Limonata utilizza succo di limoni siciliani, il Chinò usa chinotto nato alle pendici dell'Etna.

Beltè
Stile di vita "naturale"
Linea Bio senza zuccheri e dolcificanti, certificata da BioAgricert.

Offre una gamma a ridotto contenuto di zuccheri e prodotti che utilizzano dolcificanti di origine naturale.

Sanbittèr
Il vero aperitivo all'italiana
Emblema dell'autentico aperitivo italiano, **sinonimo di convivialità e alta qualità.**

Sulle tavole dal 1961 con il Bitter Sanpellegrino, il primo aperitivo analcolico in Italia. Un'ampia gamma di aperitivi che si rinnova continuamente, includendo ingredienti come frutta e spezie.

Gingerino
La forza della genuinità
Storico aperitivo del Triveneto, al cui **territorio** e alle cui **tradizioni** è ancora legato da una forte relazione.

Simbolo di semplicità, tradizione, genuinità e qualità.

Acqua Brillante
Tradizione dissetante
Una tradizione italiana, nata da un marchio storico che risale al 1954 e preparata con un'antica ricetta tuttora segreta.

Perfetto connubio tra modernità e storia ed **emblema del piacere di dissetarsi.**

02

La creazione del valore condiviso

Sostenibilità: la parola ai cittadini
La corrispondenza con l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite
La creazione del valore condiviso per il Gruppo Sanpellegrino
Le nostre ambizioni per il futuro

SOSTENIBILITÀ: LA PAROLA AI CITTADINI

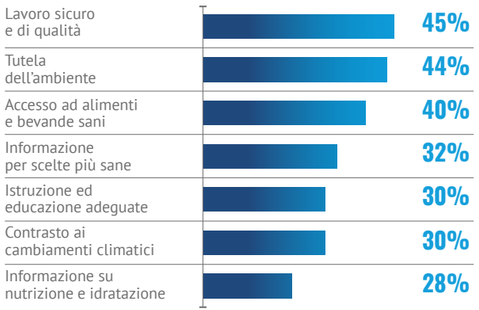
"Shared Value o Valore Condiviso è l'insieme delle politiche e delle pratiche operative che accrescono la competitività di un'azienda e che allo stesso tempo migliorano le condizioni economiche e sociali all'interno delle comunità in cui opera."

M.E. Porter e M. R. Kramer, "Creating Shared Value", Harvard Business Review 2011

Rispetto agli altri settori industriali, la domanda di responsabilità rivolta alle aziende che si occupano della produzione di alimenti e bevande è la più elevata, perché la richiesta di rispetto dell'ambiente si intreccia con la domanda di **garanzie sulla salute**.

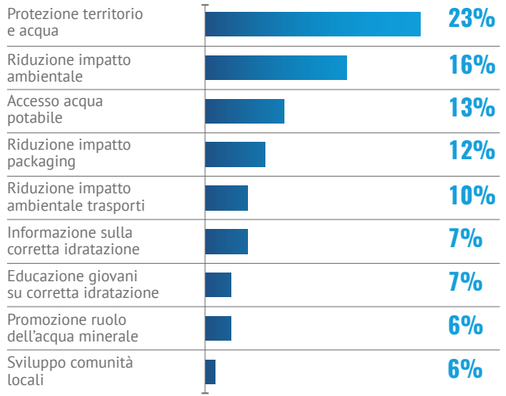
Cosa si aspettano, quindi, concretamente i cittadini dall'impegno delle aziende? **Un miglioramento percepibile dell'esperienza del consumatore** (risparmio, migliore qualità dei prodotti, incremento della cultura di consumo), **azioni positive nel territorio** (miglioramento della qualità dell'ambiente, recupero e valorizzazione di beni naturali, paesaggistici, artistici) e **attività di informazione o educazione**.

Sostenibilità: le priorità secondo gli italiani



Fonte: ricerca EMG per Gruppo Sanpellegrino, 2017

Le sfide per le aziende nel settore delle bevande



Da un'analisi condotta da EMG per Sanpellegrino nei primi mesi del 2017 si rileva che il tema del lavoro di qualità ha massima rilevanza per i consumatori, seguito dalla salvaguardia delle risorse naturali. Da sottolineare il compito "educativo" che le aziende sono chiamate a svolgere per il benessere delle persone e la tutela dell'ambiente.

La parola ai nostri interlocutori

Le nostre indagini confermano che il 61% dei cittadini-consumatori nel 2016 è convinto che sia compito delle imprese migliorare la qualità dell'ambiente e il benessere sociale. Un'altra tendenza significativa è il crescente riconoscimento di responsabilità personale da parte dei consumatori, disponibili a modificare stili di vita e consumo per renderli più sostenibili. La visione oggi prevalente è quella di una possibile "alleanza virtuosa" tra soggetti pubblici e privati a vantaggio di ambiente e benessere sociale.

Paolo Anselmi, Vice Presidente GfK Eurisko

LA CORRISPONDENZA CON L'AGENDA 2030 DELLE NAZIONI UNITE

Il Gruppo Nestlé ha condotto un'analisi di materialità che incrocia le principali responsabilità e azioni connesse al proprio business con i temi degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite.

Si tratta di 17 obiettivi di carattere globale finalizzati a garantire il benessere dell'umanità e del Pianeta, contenuti nell'Agenda 2030 - un programma d'azione sottoscritto da 193 Paesi Membri dell'ONU - e fondati sull'integrazione tra le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile: ambientale, sociale ed economica. Rappresentano obiettivi comuni, che i Paesi si sono impegnati a raggiungere entro il 2030, su un insieme di questioni importanti per lo sviluppo globale tra le quali la lotta alla povertà, l'eliminazione della fame e il contrasto al cambiamento climatico.

Nello schema a fianco sono evidenziati gli aspetti rilevanti per il **Gruppo Sanpellegrino**.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

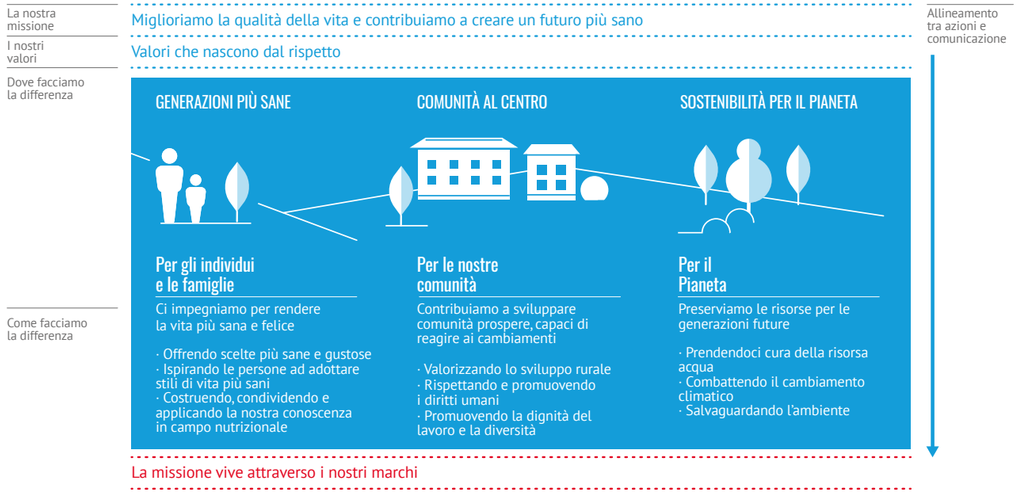
La nostra governance per la creazione di valore condiviso

Per implementare e gestire la strategia di CSV, Sanpellegrino si è dotata di una struttura che prevede due organismi.
Il Gruppo Operativo interfunzionale propone e sviluppa le azioni, alimenta l'insieme degli indicatori di performance e di impatto, realizza il reporting e la comunicazione sulla creazione di valore condiviso.
Lo Steering Committee è composto dai Direttori delle funzioni maggiormente coinvolte: insieme al Comitato di Direzione assicura l'allineamento strategico rispetto alle priorità di business, il monitoraggio e controllo della performance e garantisce il coinvolgimento di tutti gli interlocutori interni ed esterni all'azienda.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Accesso al cibo	○	○	○		○					○			○	○	○		○
Sovranutrizione e malnutrizione		○	○		○					○		○					○
Marketing responsabile			○	○								○	○				○
Sicurezza degli alimenti e dei prodotti			○														○
Benessere degli animali			○														○
Sviluppo rurale e riduzione della povertà	○	○		○	○	○		○	○	○						○	○
Approvvigionamento responsabile e tracciabilità												○		○	○		○
Emancipazione femminile	○	○	○		○			○		○							○
Gestione responsabile dell'acqua						○						○		○			○
Accesso all'acqua e a condizioni igienico-sanitarie adeguate	○	○	○			○								○			○
Gestione responsabile delle risorse naturali		○				○						○	○	○	○		○
Cambiamenti climatici		○				○	○		○			○	○		○		○
Efficienza delle risorse, sprechi alimentari ed economia circolare		○					○		○		○	○	○	○	○		○
Business etico								○									○
Diritti umani	○				○			○		○							○
Occupazione equa e occupazione giovanile	○			○	○			○		○							○
Sicurezza, salute e benessere dei lavoratori			○			○		○									

LA CREAZIONE DEL VALORE CONDIVISO PER IL GRUPPO SANPELLEGRINO

Guidato dai principi aziendali Nestlé e da un modello operativo improntato sulla creazione di valore condiviso, il Gruppo Sanpellegrino conduce le proprie attività basandosi su tre pilastri fondamentali, che agiscono in modo coerente e sinergico per realizzare il "purpose", cioè l'obiettivo finale dell'azienda: **migliorare la qualità della vita e contribuire a creare un futuro più sano.**



Generazioni più sane

Il nostro impegno per contribuire a crescere "generazioni più sane" si concretizza nella promozione di una corretta idratazione: questa è fondata sul consumo di acqua come alimento di base, in particolare per i bambini, e su un consumo responsabile di bibite contenenti zuccheri, finalizzata a una riduzione dell'apporto calorico complessivo per tutti. La diffusione dei principi della corretta idratazione è un pilastro dell'attività di Sanpellegrino, che diventa una vera e propria responsabilità nei confronti dei consumatori, oggetto di partnership con le Istituzioni e con le altre realtà industriali della catena del valore.

Comunità al centro

Mettere al centro le comunità per noi significa coinvolgerle attivamente e contribuire alla coprogettazione di uno sviluppo sostenibile.

- Come attore del territorio Sanpellegrino si impegna a essere partner per la crescita sociale ed economica in un quadro di tutela ambientale.
- Come attore nazionale contribuisce alla crescita costruendo "reti lunghe", partnership di livello nazionale che possono arricchire di nuove prospettive e portare valore aggiunto alla dimensione locale.
- Come attore globale sostiene la valorizzazione dei territori e del sistema Paese in una prospettiva di promozione del "Made in Italy", inteso come stile di vita e non solo di consumo.

Sostenibilità per il Pianeta

Impegnandoci nella "sostenibilità per il Pianeta" vogliamo assicurare il contributo dell'azienda a uno sviluppo sostenibile dal punto di vista delle risorse naturali disponibili, a partire da quella - preziosissima - che è alla base dell'attività del Gruppo: l'acqua. A livello locale ciò si traduce in una serie di impegni.

- Riduzione degli impatti delle attività all'interno della catena del valore, in ottica di intero ciclo di vita: innovazione degli stabilimenti, sostenibilità della catena di fornitura, efficienza nel rapporto con i clienti su tutti i canali di distribuzione.
- Contributo alla tutela del territorio: la protezione dell'ambiente in cui operiamo, dalle fonti fino ai siti produttivi, è infatti la prima garanzia per un operare sicuro e orientato alla crescita futura.
- Condivisione di responsabilità rispetto alle grandi sfide globali, dalla tutela delle risorse e della biodiversità fino al contrasto ai cambiamenti climatici.

La realizzazione concreta del modello è nelle mani delle persone di Sanpellegrino, che con la loro competenza e la loro passione realizzano ogni giorno gli obiettivi di creazione di valore condiviso dell'azienda.

La missione dell'azienda "vive" attraverso i suoi marchi, che condividono ogni giorno con i consumatori principi e pratiche sostenibili.

LE NOSTRE AMBIZIONI PER IL FUTURO

Il programma di creazione del valore condiviso di Nestlé Waters fissa una serie di "ambizioni", ovvero macro-obiettivi a cui tutte le realtà nazionali sono tenute a contribuire.

OBIETTIVI AL 2020	OBIETTIVI DELL'AZIENDA A LIVELLO INTERNAZIONALE	GRUPPO SANPELLEGRINO AL 2020
Contribuire alla salute delle nuove generazioni	Contribuire a diffondere una migliore informazione sulla corretta idratazione, fondata su dati scientifici	Promuovere il principio della corretta idratazione per tutti, in primis attraverso i prodotti
	Aumentare la consapevolezza presso l'opinione pubblica dell'importanza della corretta idratazione per una vita più sana e offrire prodotti nutrizionalmente corretti per ogni occasione di consumo	Diminuire del **10%** gli zuccheri aggiunti in tutte le bevande diverse dall'acqua entro il 2020 (Nestlé Waters) Educare all'importanza del corretto consumo di acqua, in particolare per le nuove generazioni
	Supportare 50 milioni di bambini a condurre uno stile di vita sano	Raggiungere **3 milioni** di bambini con messaggi sulla corretta idratazione attraverso Nestlé Vera
Coinvolgere le comunità e contribuire allo sviluppo	Essere partner attivi dello sviluppo locale delle nostre comunità	Sviluppare iniziative e partnership nei territori per mantenere il Local Acceptability Index nella fascia di punteggio più alta (70-100)
	Migliorare le condizioni di vita di 30 milioni di persone nelle comunità legate alle nostre attività	Migliorare le condizioni di vita delle **120.000 persone** che vivono nei dintorni dei nostri siti, contribuendo così a mantenere il LAI nella fascia di punteggio più alta (70-100)
	Sottoporre a verifica esterna e pubblicare in maniera trasparente tutte le informazioni relative alla nostra relazione con le comunità	Realizzare almeno **2** valutazioni d'impatto sociale di progetti industriali Pubblicare tutte le informazioni rilevanti per la creazione di valore condiviso in maniera integrata rispetto al Bilancio di Esercizio

Il Gruppo Sanpellegrino si è posto negli anni una serie di obiettivi misurabili che gli consentono di essere parte di questo impegno globale.

Tutelare e promuovere le risorse naturali	Sviluppare innovazione sul packaging, con un focus particolare su BIO-PET e R-PET	Mantenere e aumentare la quantità di BIO-PET e R-PET utilizzata da Nestlé Vera e Levissima, fungendo da pilota per i progetti internazionali
	Usare i nostri marchi per aumentare la consapevolezza e l'efficacia sul tema del riciclo del PET	Inserire informazioni sulle corrette modalità di riciclo sul **100%** delle confezioni ✓ Raggiungere **1 milione** di famiglie con i nostri progetti di educazione al riciclo
	Tutelare la risorsa acqua attraverso le nostre competenze e le nostre attività	Ridurre i prelievi di acqua diretta per tonnellata di prodotto su ogni categoria di prodotto per raggiungere una riduzione complessiva del **40%** dal 2010 Implementare **10** iniziative di tutela e valorizzazione dell'acqua in località selezionate ✓ Promuovere la consapevolezza sull'utilizzo sostenibile delle risorse naturali presso tutti gli stakeholder e lungo tutta la catena del valore
	Lavorare per raggiungere l'impatto "zero" nelle nostre attività	Utilizzare il **100%** di energia da fonti rinnovabili negli stabilimenti (2030) Ridurre le emissioni di gas serra per tonnellata di prodotto su ogni categoria di prodotto per raggiungere una riduzione complessiva del **35%** dal 2010 **Zero rifiuti** conferiti in discarica negli stabilimenti ✓ Raggiungere il **30%** di chilometri complessivi percorsi con mezzi "ecologici", che utilizzano come combustibile il gas naturale liquefatto (GNL)

✓ Già raggiunto

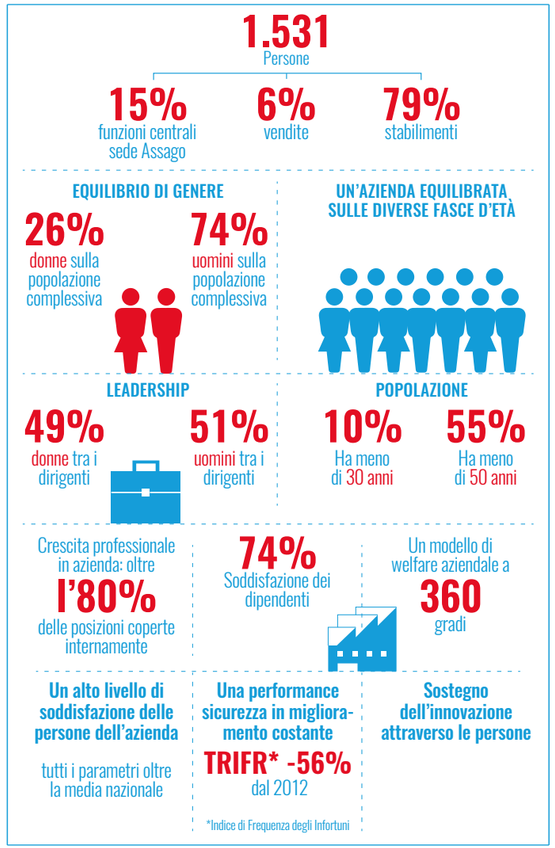
03

La cura delle nostre persone

Noi, le persone di Sanpellegrino
Un modello di comportamento condiviso
Dal modello alla nostra realtà quotidiana
Una vita sicura e sana per tutte le nostre persone

NOI, LE PERSONE DI SANPELLEGRINO

Le persone di Sanpellegrino sono il cuore, la forza, la passione dell'azienda. Tutto ciò che il Gruppo Sanpellegrino riesce a realizzare avviene grazie al loro impegno. Per questo l'azienda valorizza il loro talento e il loro lavoro, favorendo la conciliazione delle diverse dimensioni della loro vita.



UN MODELLO DI COMPORTAMENTO CONDIVISO

In Sanpellegrino condividiamo un modello di comportamento basato su principi e valori comuni, che ci guidano nella gestione delle nostre relazioni tra colleghi e con il mondo esterno.

DAL MODELLO ALLA NOSTRA REALTÀ QUOTIDIANA

La parola alle nostre persone

Impegnarsi per raggiungere obiettivi ambiziosi

Ognuno di noi ha mille idee in testa. Se mettiamo insieme il nostro ingegno con quello degli altri il risultato è esponenziale.
Molto spesso un'idea nasce in pochi minuti, ma è dopo che si determina tutto: bisogna impegnarsi per portarla avanti e concretizzarla. A volte all'inizio si raccoglie poco, ma è importante continuare, tenendo sempre a mente l'obiettivo che ci siamo prefissati di raggiungere. Non basta avere una buona idea, quello che conta è trasformarla in un risultato!

Alessandro Aliotta,
Intermarket Supply Planner

Passione nel perseguire i risultati

Riconoscere il merito

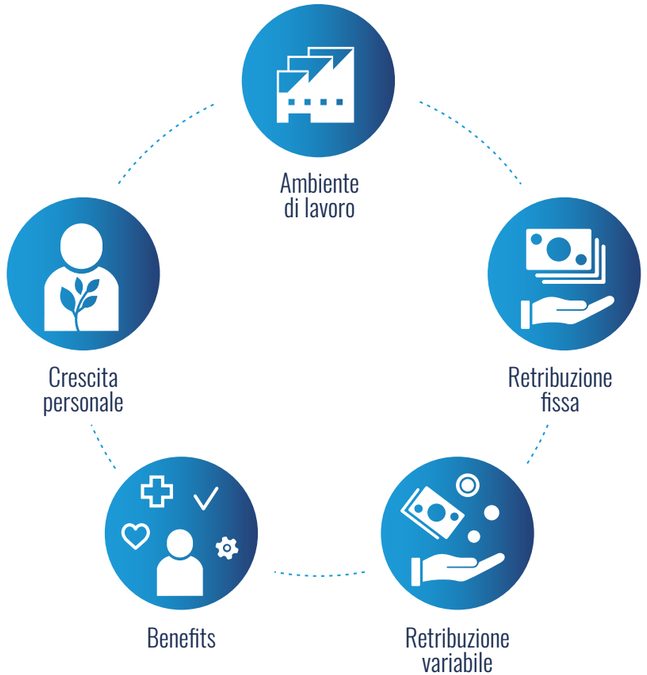
Il Gruppo Sanpellegrino crede nella meritocrazia e si impegna ad assegnare obiettivi chiari, riconoscendo il raggiungimento dei risultati di team e individuali. A questo scopo, oltre alla retribuzione fissa, viene erogata una parte variabile per premiare il contributo delle persone al conseguimento degli obiettivi e motivarle a svolgere al meglio il proprio lavoro.
Dal 2017, tra gli obiettivi fissati per tutti noi del Gruppo Sanpellegrino, ne è stato inserito anche uno di **sviluppo individuale**, che ha lo stesso peso di quelli di performance. Una scelta che deriva dalla consapevolezza che **la crescita di ogni persona è fondamentale per garantire uno sviluppo aziendale sostenibile e solido nel lungo periodo.**

Per le diverse posizioni sono previste tipologie di incentivi differenti.

Premio Annuale Variabile	Per i dipendenti che non hanno un sistema di incentivazione individuale. Premia il raggiungimento di obiettivi predefiniti e condivisi, che implicano anche una responsabilità indiretta e collettiva.
Incentivi Vendite	Per il personale di vendita.
Incentivi a Breve Termine	Per quadri. Premiano chi assicura risultati tangibili, determinati sulla base di obiettivi condivisi, collettivi e individuali.
Incentivi a Lungo Termine	Per il senior management. Indirizzano ai risultati di lungo periodo.

I meccanismi di incentivo alla performance

L'azienda si impegna a creare valore per le persone attraverso un meccanismo detto di **Total Reward**, che non comprende solo il pacchetto retributivo.



Partecipare e cooperare per instaurare relazioni a lungo termine

Collaborare secondo me significa trovare le giuste sinergie tra più persone: le persone condividono competenze, conoscenze, informazioni e risorse per raggiungere un obiettivo comune. Il risultato di una collaborazione ben riuscita ha molteplici sfaccettature: produce una qualità migliore, facilita l'esecuzione dei progetti, migliora l'efficienza dei team, crea ambienti di lavoro migliori e fa crescere le organizzazioni.
Collaborare significa innescare il circolo virtuoso che permette alle persone e all'azienda di crescere esponenzialmente.

Luca Zampiero, Industrial Controller

Collaborare e comunicare efficacemente

Una squadra, un obiettivo

All'interno di Sanpellegrino non lavoriamo verticalmente, per funzioni, ma sviluppiamo **progetti cross-funzionali** che hanno come focus la soddisfazione del consumatore. Anche gli uffici, in open space, favoriscono la collaborazione, così come gli allineamenti a cui partecipa tutta l'azienda, attraverso 4 plenarie l'anno, che nel 2016 hanno coinvolto **oltre 1.200 persone**.

TUTTI DENTRO TUTTI FUORI!

Per favorire la condivisione è nato il progetto "Tutti fuori, tutti dentro", che spinge le persone a mettersi nei panni di colleghi di altre funzioni, nella convinzione che il miglior modo per rafforzare lo spirito di squadra sia ridurre le distanze.
L'iniziativa prevede un'esperienza di vendita per le persone impegnate nel lavoro in sede o in stabilimento e, viceversa, un periodo in una delle sedi produttive per chi lavora nelle vendite o nella sede centrale.

- **ESPERIENZA** sperimentando ruoli diversi
- **CONOSCENZA** di nuovi aspetti dell'azienda
- **LAVORO DI SQUADRA** tra funzioni diverse
- **SPIRITO DI APPARTENENZA**

TUTTI FUORI... DAL 2012 A OGGI
84 persone hanno sperimento il lavoro nelle vendite

TUTTI DENTRO... NEGLI ULTIMI DUE ANNI
63 persone hanno sperimentato il lavoro in stabilimento | **6** siti produttivi coinvolti

UNA VITA SERENA PER TUTTI

Per **gestire il percorso professionale durante la maternità e la paternità**, conoscere i diritti e i passi amministrativi da seguire.

Prodotti Nestlé **per alimentazione infantile** per figli fino al 18° mese, sui quali i dipendenti esprimono le proprie valutazioni in un mutuo scambio con l'azienda.

Oltre a quanto stabilito da Contratto Nazionale e normativa, offre ai papà:

- **3 giorni in più di permesso retribuito**, entro il primo mese di vita del bambino;
- **2 settimane di congedo a stipendio pieno,** entro i 3 anni di vita del bambino.

Asilo nido aziendale, in convenzione o sostegno sulle rette.

Per portare con sé i figli **durante la chiusura delle scuole.**

Per aiutare i figli dei dipendenti, diplomati e disoccupati, a sostenere i costi di **un corso di lingua inglese e un'esperienza lavorativa** nel Regno Unito.

Per i dipendenti che devono **assistere un familiare disabile o anziano:** assistenza domiciliare professionale a prezzi agevolati, in sperimentazione (stabilimento di San Giorgio in Bosco con successiva estensione).

Contributi per mezzi pubblici, **convenzioni** per il car sharing, **parcheggi** per scooter e bici, auto aziendali, mamme in attesa e disabili (Assago).

Convenzioni per salute e benessere e con strutture ospedaliere, **vaccino** antinfluenzale gratuito, **visita** medico sportiva e visita ginecologica/senologica gratuita (Assago), **assistenza sanitaria integrativa**.

Maggiordomo aziendale, sportello bancario, consulenza finanziaria, spaccio aziendale.

Il lavoro flessibile

Il lavoro agile e il telelavoro sono iniziative con cui il Gruppo Sanpellegrino si impegna a **conciliare le necessità personali e le esigenze professionali**, a vantaggio sia dell'attività lavorativa sia dell'equilibrio individuale delle persone. Nel 2016 abbiamo continuato a sviluppare questo percorso, che ha mostrato **risultati positivi sull'operatività, la soddisfazione delle persone e la reputazione del Gruppo.**

TELELAVORO

Permette di svolgere il proprio lavoro stabilmente fuori dall'azienda, con una postazione fissa e predeterminata.

Nel 2016

7.500 ore di telelavoro

937 giorni di telelavoro

LAVORO AGILE

Permette di svolgere il proprio lavoro fuori dall'azienda in modo occasionale o per brevi periodi, senza richiedere una postazione predeterminata.

Nel 2016

265 persone hanno usufruito del lavoro agile

2.887 giorni di lavoro agile

Comprendere il contesto di business, sviluppare solide relazioni con l'esterno

Consumatori e clienti sono «naturalmente» al centro dei nostri pensieri e di ogni nostra decisione al fine di sviluppare un business profittevole e sostenibile.
Per competere e raggiungere obiettivi ambiziosi è fondamentale far evolvere la relazione in partnership, lavorando con i nostri interlocutori giorno dopo giorno come se fossimo un unico team. Per me questo significa anche ascoltare costantemente i bisogni e punti di vista di clienti, influencers e stakeholders per trovare insieme soluzioni di valore per tutti.

Stefania Cugerone,
Area Manager South East Europe

Competere e relazionarsi con l'esterno

Nel 2016

125
studenti hanno partecipato alle lezioni in classe e in stabilimento

19
studenti hanno svolto il tirocinio in azienda

I nostri stabilimenti aprono regolarmente le loro porte a studenti di differenti età con visite periodiche.

500
studenti in visita in un anno nel **2016**

500
studenti in visita nei primi 5 mesi del **2017**

Professionisti al fianco dei nuovi talenti

La professionalità delle persone di Sanpellegrino è un elemento prezioso non solo per l'azienda, ma anche per la crescita delle comunità in cui operiamo. Per venire incontro alle necessità del territorio e creare opportunità di valore anche al di fuori dei grandi centri urbani, **apriamo le porte dei nostri stabilimenti e della sede centrale agli studenti, rendendo protagoniste le nostre persone**.

I progetti **"Maestri di mestiere"** e di **alternanza scuola-lavoro** coinvolgono le scuole delle aree circostanti gli stabilimenti. Guidati dai nostri professionisti, i giovani scoprono il funzionamento degli impianti produttivi e la struttura organizzativa, **presso i siti produttivi e con incontri in aula.** Una parte di loro ha anche l'opportunità di svolgere un tirocinio in azienda, che in alcune occasioni ha dato vita a un rapporto di lavoro: il numero degli studenti coinvolti con l'alternanza scuola-lavoro è in aumento, per rispondere alle esigenze di formazione scolastica e attrarre nuovi talenti.

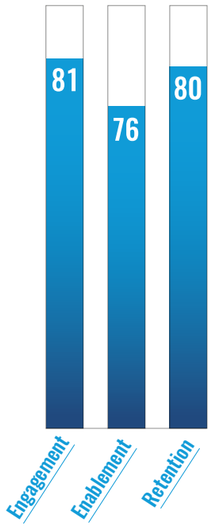
Il rapporto con gli studenti continua anche attraverso la cooperazione con gli Atenei. Insieme all'**Università Bocconi** abbiamo sviluppato una collaborazione per costruire profili attitudinali relativi alle posizioni aziendali e un professionista delle Risorse Umane è a disposizione per colloqui di orientamento.

Essere coerenti, motivare e coinvolgere attivamente le persone

Ispirare significa innanzitutto avere molto chiari gli obiettivi che vogliamo raggiungere e riuscire a trasmetterli alle nostre persone, dimostrando di credere fermamente nella strada che vogliamo percorrere, dando sempre il buon esempio e impegnandosi in prima persona con coerenza, energia, passione ed entusiasmo.
Ispirare significa inoltre occuparsi delle nostre persone, imparando a riconoscere e valorizzare la diversità e il talento di ciascuna di esse e impegnandosi nel costruire un ambiente basato sulla fiducia, sul rispetto e sulla collaborazione.

Michela Menatti, Production Manager
stabilimento Levissima

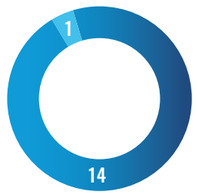
Ispirare e coinvolgere per vincere



La nostra voce

La soddisfazione delle persone del Gruppo Sanpellegrino viene misurata attraverso un'indagine globale biennale. **Nel 2016 il tasso di partecipazione è passato dal 92.6% del 2014 al 93%.** Rispetto all'edizione precedente sono migliorate 14 categorie di risposte su 15, con livelli di coinvolgimento mediamente molto alti su tutte le aree. Tutti i dati complessivi hanno mostrato un netto miglioramento rispetto all'edizione precedente, in particolare coinvolgimento, empowerment, strategia e allineamento.

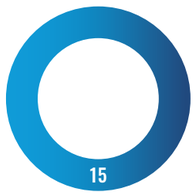
RISPONDENTI 2014 **92,6%**



Migliorate
Line Management
Crescita e Sviluppo personale
Engagement

Peggiorate
Retention

RISPONDENTI 2016 **93%**



Migliorate
Comunicazione e Collaborazione
Cultura e Riconoscimento
Line Management
Senior Leadership

15 categorie su 15 rispetto alla media italiana 2016

	Gruppo Sanpellegrino	Media Nazionale Italia
Strategia e Allineamento	8	9
Cultura e Riconoscimento	9	11
Senior Leadership	9	10
Focus sul consumatore e Qualità	4	8
Innovazione	6	10
Efficienza	8	5
Line Management	10	8
Empowerment	7	9
Comunicazione e Collaborazione	9	11
Contributi e ricompense	3	4
Crescita e Sviluppo Personale	10	8
Ambiente di lavoro	5	7
Coinvolgimento	10	5
Enablement	9	5
Retention	-1	3

L'indagine è utile per rilevare bisogni e implementare le attività necessarie a soddisfarli: una risposta concreta a una delle esigenze evidenziate nel 2014 in termini di trasparenza è rappresentata, ad esempio, dal **Total Reward Statement (TRS)**, il documento che racchiude una fotografia semplice e immediata del **pacchetto retributivo complessivo di ciascuno di noi.**

Migliorarsi e promuovere la crescita delle persone per creare team performanti e improntati alla diversità

Raggiungere i risultati da soli oggi, nella nostra realtà, non è sostenibile. Smettere di pensare "non posso cambiare le cose", seguire l'onda della competitività ed avere l'umiltà di accogliere i suggerimenti e la diversità di pensiero del tuo team, cogliere il pensiero dei giovani non ancora «viziati» dai paradigmi sociali e aziendali è la strada giusta per vincere. Crescere un team significa guardare le cose anche con gli occhi dei tuoi ragazzi. Se glielo lasci fare, scoprirai presto che tra loro ci sono dei talenti.
In ultimo, per me un talento è una persona che ha il coraggio di fare la differenza, a volte il coraggio di rompere gli schemi, di fare il salto nel vuoto! È non essere omologati!

Francesca Enderlin, HR Manager
Stabilimenti S. Giorgio in Bosco, S. Rosalia

Sviluppare se stessi e gli altri

Crescere insieme in azienda

Nella nostra cultura aziendale e nella formazione di tutti coloro che fanno parte del Gruppo Sanpellegrino grande valore viene attribuito alla parte esperienziale e relazionale. Per rendere l'apprendimento più rapido, efficace ed efficiente adottiamo il **modello "70:20:10"**: le persone crescono soprattutto imparando sul posto di lavoro, attraverso la pratica e l'interazione con i colleghi.
Per gestire le necessità di crescita di ognuno, l'azienda mette a disposizione il **"Development planner"**, uno strumento pensato per focalizzare l'attenzione sulle proprie competenze e identificare le relative azioni di sviluppo.

IL MODELLO 70:20:10

70%
apprendimento attraverso l'esperienza
apprendimento "sul campo", job rotation, approfondimento aree specifiche

20%
apprendimento attraverso la relazione
confronto, interazioni

10%
apprendimento attraverso eventi formativi
corsi di formazione e aggiornamento, anche a distanza

Sviluppare la Leadership di ognuno

Sono numerose le iniziative attraverso cui il Gruppo Sanpellegrino lavora per **accrescere le doti di leadership delle persone**, ad esempio attraverso momenti di formazione e confronto.

Nel 2016

83% dei line manager ha partecipato ad almeno **3 iniziative**

97% dei line manager ha partecipato ad almeno **1 iniziativa**

Soddisfazione 3,5 su scala 1-4

Nel 2016

le iniziative di sviluppo della leadership si sono concentrate su...

- valori condivisi
- cultura del feedback
- coaching
- riconoscimento dei risultati, dei comportamenti e dell'impegno
- percorsi emozionali
- intelligenza emotiva
- attitudini
- autoconsapevolezza individuale

La vera sfida nel 2016 è stata l'introduzione di un **percorso emozionale**, al quale da luglio si è aggiunto il progetto sull'**intelligenza emotiva**, di cui sono state realizzate finora 3 sessioni.

53% dei manager ha partecipato al percorso emozionale

È iniziato anche un percorso di sviluppo sul **digitale** che ha coinvolto per prima l'area marketing – per approfondire temi quali big data, e-commerce e customer experience – e di cui è prevista l'estensione a tutta l'azienda.

Nel 2017 verrà intensificato il percorso sull'intelligenza emotiva e le attitudini, per accrescere l'autoconsapevolezza individuale che è alla base della leadership.

Sfidare proattivamente lo status quo e guidare il miglioramento continuo

Spesso il cambiamento non è immediato, si nasconde in mille piccole cose e azioni fatte quotidianamente e per questo rischia di non essere evidente, di apparire molto meno profondo di quello che è in realtà...
Io sempre più spesso faccio così: stacco cinque minuti dalle urgenze e penso a come lavoravamo sei anni fa e a come invece lavoriamo adesso; il più delle volte realizzo di colpo che la differenza è enorme, che quello che stiamo facendo è qualcosa di importante e gratificante, qualcosa che lascia il segno. Per me anche questo è fare la differenza...

Marco Vittadini, Market NCE Lean Leader

Fare la differenza

Insieme verso l'eccellenza

- Uno sforzo comune per un miglioramento continuo → ZERO Sprechi: **0**
- Focus su ciò che ha valore per i consumatori → UNA Squadra: **1**
- Massimo coinvolgimento → 100% coinvolgimento: **100**

Nel 2010 Sanpellegrino ha intrapreso il percorso per diventare una "lean enterprise" attraverso Nestlé Continuous Excellence: **un insieme di iniziative di miglioramento continuo** che ha coinvolto tutte le funzioni aziendali, fino a diventare un modo comune di lavorare.

È un **"viaggio verso l'eccellenza"**, al cui centro ci sono i consumatori: tutto ciò che non crea valore per loro va eliminato. Gioca un ruolo centrale anche il coinvolgimento delle persone di Sanpellegrino: occorre avere le persone giuste al posto giusto, con una leadership che permetta a tutti di dare il meglio.

Ordini più veloci

Obiettivo: ridurre i tempi ed eliminare gli sprechi nella gestione di ordini, credito e pianificazione del trasporto al cliente

Risultati:
-40% tempo di acquisizione ordine
+1.200 punti vendita presidiati
-50% ordini bloccati per problemi creditizi
-1 giorno per tempi di consegna

Più efficienza nel riempimento

Obiettivo: ridurre le interruzioni del lavoro e i costi nel riempimento delle bottiglie in vetro a Ruspino, aumentando la produttività

Risultati:
42.000 bottiglie riempite all'ora
70.000 € all'anno di risparmi di CO_2

Un indicatore di successo

Obiettivo: migliorare la performance del capitale circolante, che permette di valutare l'equilibrio finanziario dell'azienda nel breve periodo

Risultati:
valore del capitale circolante da **12,3% (2010) a 2,4% (2015)**

Insieme verso il futuro

Promuovere la creatività e l'innovazione all'interno dell'azienda: sono questi gli obiettivi del progetto sviluppato con l'incubatore tecnologico H-Farm, specializzato nella trasformazione digitale in ambito aziendale.
È stato studiato un percorso per lo sviluppo di soluzioni innovative per il futuro di Sanpellegrino, basato sul format dell'hackathon: una maratona durante la quale le persone dell'azienda hanno l'opportunità di lavorare in team inter-funzionali. Obiettivo dell'attività è **sviluppare una mentalità sempre più orientata al cambiamento e trovare nuove soluzioni alle sfide strategiche per la trasformazione dell'azienda, concretizzandole in prodotti, servizi e processi innovativi**. Al team vincitore dell'hackathon è riservata la possibilità di partecipare a una full-immersion presso il campus di H-FARM per approfondire e realizzare il progetto più promettente.

UNA VITA SICURA E SANA PER TUTTE LE NOSTRE PERSONE

Il Gruppo Sanpellegrino agisce in maniera coordinata a tutti i livelli, partendo dal presupposto che **"la sicurezza non è un valore negoziabile e anche un solo incidente è uno di troppo".**

La strategia per la sicurezza si inquadra in un programma in cui **le misure di tutela dei lavoratori vengono progettate in maniera integrata con le iniziative di salvaguardia dell'ambiente.**

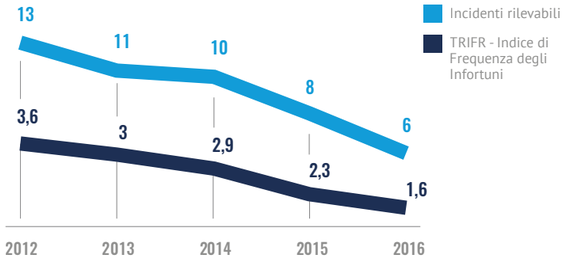
L'obiettivo è quello di raggiungere standard elevati di sicurezza e mantenerli attraverso il continuo monitoraggio delle performance: **un impegno che riguarda i dipendenti diretti, quelli delle aziende controllate, dei fornitori e delle società esterne chiamate a prestare la loro opera nei siti del Gruppo Sanpellegrino.**

La cultura della sicurezza è promossa anche attraverso il coinvolgimento delle persone. Ne è un esempio il progetto **"Istanti di vita"**, che nel 2016 ha visto la realizzazione di un film nel quale vengono promosse le dieci semplici regole che possono salvare la vita, sia nel lavoro che nella vita privata. **Nel 2017 il film raggiungerà il 100% delle persone dell'azienda**, attraverso workshop interattivi di discussione.

L'impegno del management, le iniziative di formazione e comunicazione che hanno coinvolto direttamente le persone dell'azienda, i progetti specifici guidati dall'analisi dei rischi, hanno contribuito a creare un percorso di consapevolezza e di leadership che ha portato, negli ultimi anni, a una sensibile riduzione degli incidenti.

Certificazione
18001
OHSA
per i 7 stabilimenti
(assegnata da SGS, confermata nel 2016)

Per Sanpellegrino **la sicurezza è strettamente legata alla salute**, per questo oltre a prevenire gli incidenti, l'azienda promuove il benessere delle sue persone anche fuori dal luogo di lavoro, a partire dall'adozione di stili di vita sani che comprendono una corretta nutrizione e idratazione.



Dalla fonte alla tavola

Fonti e territorio
01

6 CONCESSIONI **MINERARIE**

AZIONI DI **TUTELA DELL'ACQUA**: ZERO IMPATTO SULLA DISPONIBILITÀ LOCALE D'ACQUA

LOCAL ACCEPTABILITY INDEX ELEVATO: TRA **70** E **100** PER TUTTI I SITI

ARANCE ITALIANE NELL'ARANCIATA SANPELLEGRINO **100%**

CIRCA **70%** **OCCUPAZIONE LOCALE** <10 KM DAI SITI

162 MLN € **INVESTIMENTI SULLE COMUNITÀ** AL NETTO DI TASSE E CONCESSIONI

Produzione e imbottigliamento
02

Miglior risultato tra i siti Nestlé Waters nel mondo

1,06 l DI **ACQUA** UTILIZZATI PER LITRO IMBOTTIGLIATO A CASTROCIELO

100% **ENERGIA ELETTRICA** DA FONTI RINNOVABILI NEGLI STABILIMENTI

100% FORNITORI SELEZIONATI SECONDO CRITERI DI **SOSTENIBILITÀ**

OLTRE **6.000** TONNELLATE DI PET RISPARMIATE NEL **2016** RISPETTO AL **2008**

1,8 l/l IMBOTTIGLIATO **-6%** RISPETTO AL **2014**

-37% DAL 2010 CONSUMO TOTALE DI **ENERGIA**

CONSUMO TOTALE **PET** **-11 %** DAL 2008

35.000 STUDENTI COINVOLTI NEI PROGRAMMI DI EDUCAZIONE AL **RICICLO**

Trasporto e logistica
03

33% DELL'ACQUA TRASPORTATA **VIA TRENO**

41% DELL'ACQUA TRASPORTATA **CON MEZZI VERDI** (TRENO O GNL)

100% BILANCIAMENTO FLUSSI **IN ENTRATA/USCITA PER LEVISSIMA**

Individui, famiglie e cittadini
04

130.000 RAGAZZI E **10.000** PEDIATRI RAGGIUNTI CON MESSAGGI SU **CORRETTA IDRATAZIONE**

SU **100%** GAMMA BELTÈ NUOVA FORMULAZIONE CON ZUCCHERI RIDOTTI

20 % SUCCO D'ARANCIA IN ARANCIATA SANPELLEGRINO

4.000 **CONTROLLI QUALITÀ** IN FASE DI PRODUZIONE/GIORNO

500 **CONTROLLI QUALITÀ** IN LABORATORIO/GIORNO

04

I nostri territori

Dove nasce la nostra acqua
La tutela delle nostre fonti
A fianco delle comunità locali
Pubblico e privato insieme per lo sviluppo

DOVE NASCE LA NOSTRA ACQUA

Il legame fra acqua minerale e territorio è inscindibile. È intorno alle sorgenti e nelle comunità cui questa risorsa appartiene che si compie il primo passo che ci porta sulla tavola e nella quotidianità delle persone.

Cos'è un'acqua minerale

Secondo la normativa **un'acqua minerale deve possedere i seguenti requisiti.**

- L'origine sotterranea e protetta
- La purezza originaria e la sua conservazione
- Il tenore in minerali e oligoelementi e le caratteristiche essenziali costanti nel tempo
- L'imbottigliamento all'origine
- Eventuali proprietà favorevoli alla salute
- Approvazione da parte del Ministero della Salute

Decreto Legislativo 8 Ottobre 2011, n. 176

Le acque minerali naturali si distinguono dalle acque potabili per la purezza originaria e la sua conservazione, per il tenore in minerali, oligoelementi o altri costituenti. Vanno tenute al riparo dal rischio di inquinamento: per preservare la loro purezza la legge prevede l'imbottigliamento alla fonte, che sigilla tutte

le proprietà con cui l'acqua sgorga. **Ogni acqua minerale è diversa grazie ai sali minerali e agli oligoelementi che acquisisce lungo il suo percorso sotterraneo**: poiché la composizione è stabile e garantita, è sufficiente leggere l'etichetta per sapere quello che la caratterizza.

L'acqua minerale è il prodotto di un percorso sotterraneo unico. Per questo, le caratteristiche di ogni acqua minerale sono frutto del territorio in cui sgorga.

Le norme che proteggono l'acqua

La legge italiana prevede che, per poter esercitare la sua attività, ogni azienda di imbottigliamento di acqua minerale naturale debba disporre dell'autorizzazione ufficiale a utilizzare una o più fonti. Si tratta della "concessione mineraria", rilasciata per le zone in cui sono ubicate le fonti solo ad **aziende che dimostrino di essere in grado di gestire il ciclo industriale necessario a estrarre, imbottigliare e distribuire l'acqua, preservandone la purezza originaria, la costanza, le caratteristiche salubri e mantenendo costante l'equilibrio fra captazione (prelievo) e ricostituzione della falda acquifera.**
La normativa prescrive precise misure di salvaguardia delle fonti, tanto più strette quanto più ci si avvicina all'area di captazione.

Decreto Legislativo n. 152 del 2006

ACQUA PANNA

ACQUA PANNA, ORIGINI NEL VERDE

La tenuta in cui sgorga Acqua Panna ha una lunga storia. Nel 1564 un "bando di proprietà" della Famiglia dei Medici nomina tra i territori sotto il proprio dominio la macchia di Panna. I Medici rendono questi territori una riserva di caccia incontaminata. Nel 1957 la proprietà viene acquisita dalla famiglia Mentasti con la Società Sorgente Panna: nasce così l'azienda agricola che ancora oggi caratterizza quest'area. La tenuta è ancora condotta secondo regole rigide: presso l'azienda agricola si è scelto di praticare agricoltura biologica, controllata e certificata. È stata, inoltre, istituita un'area faunistico venatoria per l'incremento della fauna selvatica. Sono tante le specie presenti: per proteggere la ricca fauna e flora del luogo, vengono condotte opere di tutela forestale e attività di costante vigilanza.

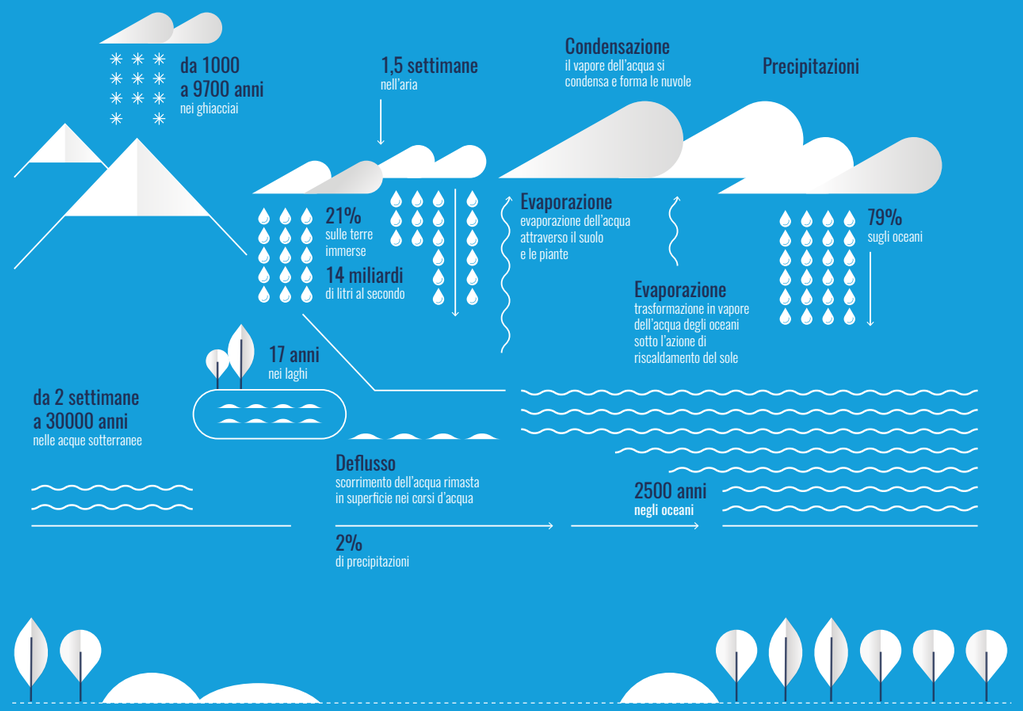
1564

La famiglia dei Medici acquista 1300 ettari di terreno

2017

Area naturale tutelata con fauna e flora protetti

IL CICLO DELL'ACQUA MINERALE



LE NOSTRE CONCESSIONI

La tipologia di rocce presenti nel territorio in cui si trovano le fonti influenza le caratteristiche dell'acqua e del processo di captazione.

Il Gruppo Sanpellegrino gestisce 6 concessioni minerarie in 5 regioni italiane.

▲ Tipologia di rocce presenti
● Concessioni Gruppo Sanpellegrino

LA TUTELA DELLE NOSTRE FONTI

SOSTENIBILITÀ

Azione collettiva
- Misurazione dei risultati
- Implementazione piani d'azione
- Definizione obiettivi locali

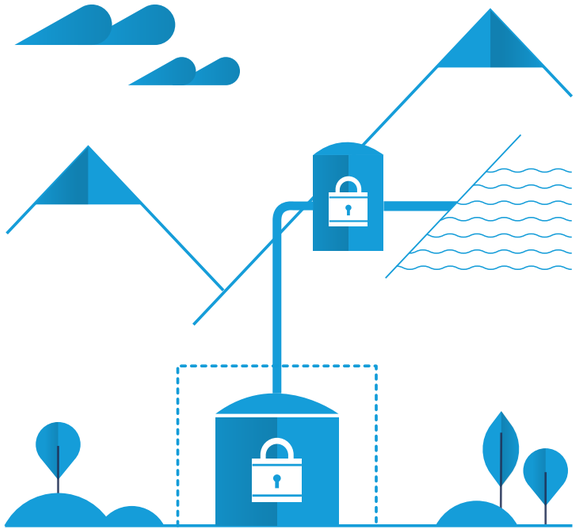
Eccellenza nella gestione della risorsa acqua
- Relazioni positive con la comunità
- Efficienza nell'uso dell'acqua
- Consapevolezza dell'impatto

Rispetto delle norme
- Requisiti legali e normativi
- Standard interni

Una "cassaforte" per tutelare le fonti

Per Sanpellegrino la tutela della risorsa acqua va oltre il rispetto normativo. Per questo mettiamo in atto misure di protezione che superano le prescrizioni di legge. Nella zona di captazione, i fabbricati che proteggono la fonte sono dotati di porte blindate, l'area è monitorata attraverso sensori anti intrusione e videocamere, gli accessi ai locali di captazione sono tracciati e sono previste procedure di sicurezza in caso di allarme. Il termine **"cassaforte"** è quello che utilizziamo per descrivere la fonte e il locale di captazione.

Questo sistema consente di estrarre l'acqua minerale e di portarla al consumatore nella sua purezza, come alla fonte.



LEVISSIMA

LEVISSIMA E LA "CURA DEI GHIACCIAI"

Dal 2007, in collaborazione con l'Università degli Studi di Milano e con le istituzioni locali della Valtellina, Levissima ha intrapreso un progetto di ricerca scientifica per la salvaguardia dei ghiacciai e per contrastare la dispersione di acqua causata dalla fusione glaciale. Il glacialismo, infatti, è ormai considerato l'indicatore più affidabile delle trasformazioni climatiche in atto.
I siti di studio, il Ghiacciaio Dosdé Orientale e il Ghiacciaio Dei Forni, sono attrezzati con strumenti che rilevano i flussi di energia alla superficie del ghiacciaio e studiano l'intensità e la rapidità della fusione. I dati raccolti, le immagini satellitari e le foto aeree vengono poi analizzate dagli studiosi in laboratorio.

LE TAPPE DELLA RICERCA

2007
Giacciaio Dosdé Orientale: prima stazione meteorologica

2008
Primo **telo "geotessile"** a copertura della superficie di ghiaccio, **115.000 litri di acqua salvata**

2009
Nuovo telo geotessile per **smorzare del 50% l'onda termica** e schermare i raggi UV

2010
Termometri per lo studio del permafrost (ghiaccio "nascosto" nella roccia e nel suolo)

2012/2014
Nuovo Catasto dei Ghiacciai italiani presentato dall'Università degli Studi di Milano e Levissima, in collaborazione con il Comitato Ev-K2-CNR e il patrocinio del Comitato Glaciologico

2014
Secondo sito di studio: **Ghiacciaio Dei Forni**

2016
Coinvolgimento diretto dei consumatori con bracciale **#EVERYDAYCLIMBERS** per finanziare il progetto

Sostegno concreto	**2 stazioni meteorologiche automatiche permanenti** sul Ghiacciaio dei Forni
	13 idrometri automatici
	1 drone che dal 2014 esegue periodici rilievi per quantificare intensità e rapidità delle modificazioni alla fronte e alla superficie del ghiacciaio
Risultati scientifici	Pubblicazione del **Nuovo Catasto dei Ghiacciai Italiani**: mancava un elenco omogeneo dei ghiacciai italiani dal 1989
	18 ricercatori coinvolti
	20 pubblicazioni scientifiche di alto livello ogni anno
Coinvolgimento delle persone	Ricavato della vendita del braccialetto Everyday Climbers a favore del progetto

Il clima caldo delle ultime estati ha comportato una riduzione dei bacini collettori che nutrono i ghiacciai e, quindi, delle superfici glaciali e del loro spessore. Per ampliare la conoscenza del fenomeno, abbiamo creato un vero laboratorio a cielo aperto sul Dosdé Orientale. È parso poi importante creare un Catasto dei Ghiacciai Italiani, per fornire una fotografia del loro stato di salute.

Prof. Claudio Smiraglia - Rappresentante italiano presso l'International Glaciological Society

A FIANCO DELLE COMUNITÀ LOCALI

Il Gruppo Sanpellegrino costruisce un forte legame con i territori in cui opera.

L'imbottigliamento di acqua minerale è un'attività non delocalizzabile, che genera occupazione e valore nelle comunità locali. Inoltre, il Gruppo si impegna nella protezione del territorio che ospita le fonti, proprio per preservare la purezza della risorsa che imbottiglia, e ha un ruolo attivo nella promozione economica, e in particolare turistica delle località di origine.

Attraverso una proficua sinergia tra pubblico e privato, oggi Sanpellegrino è parte attiva nella vita economica e sociale dei territori in cui opera. Questo impegno viene perseguito attraverso numerose iniziative di sostegno alle comunità, realizzate sulla base delle esigenze segnalate dagli attori locali e in coerenza con le strategie e i valori aziendali.

Principi guida della relazione con il territorio

Ascolto delle comunità ⟷ **Strategia aziendale**

1 **Sinergia**
Il Gruppo adotta un approccio di network con gli altri attori rilevanti del territorio, pubblici e privati, per mettere a fattor comune risorse e know how

2 **Rilevanza per la comunità**
I progetti rispondono a bisogni e aspettative effettive della comunità, rilevati attraverso un percorso costante di ascolto e allineamento con le strategie

3 **Inclusività**
Nell'assegnazione di priorità vengono privilegiati i progetti i cui benefici si estendono a un maggior numero di persone (valutazione di impatto)

Gli strumenti: il Community Relation Process

Da sempre siamo impegnati nell'ascolto del territorio, attraverso processi strutturati e continuativi. Implementiamo il Community Relation Process, una metodologia basata sull'ascolto degli stakeholder interni e delle comunità per identificare aspettative, opportunità e sviluppare così progetti rispondenti sia alla strategia aziendale sia ai bisogni effettivi del territorio.

Le fasi del processo

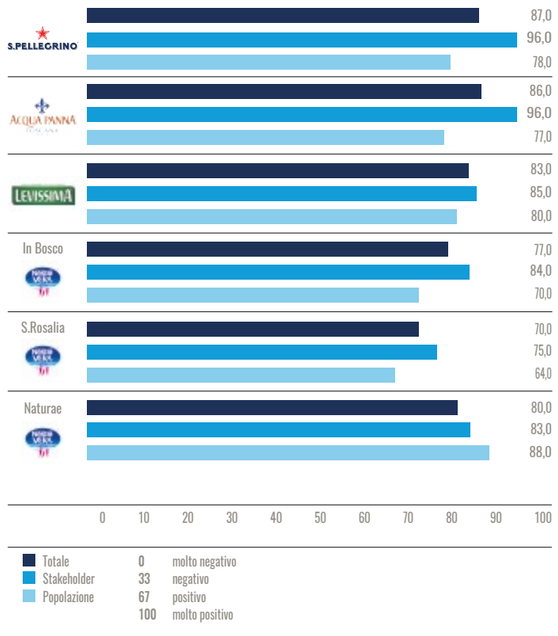
Mappatura degli stakeholder: porta a identificare e prioritizzare tutti gli stakeholder

Diagnosi interna: consiste in una valutazione da parte dell'azienda del contesto locale in cui opera, da cui emergono rischi e opportunità

Diagnosi esterna: è la fase di ascolto di key stakeholder e della popolazione per raccogliere le loro opinioni. La diagnosi esterna porta alla valutazione del "Local Acceptability Index"

Piano d'azione: prevede un confronto tra visione interna ed esterna e la realizzazione di un action plan.

Per realizzare il piano di Community Relation, nel 2016 sono state effettuate **1.100 interviste** alla popolazione, **60 interviste** a opinion leader locali ed è stato elaborato un piano d'azione per **6 comunità**.



Il Local Acceptability Index (LAI) indica il giudizio espresso dalle comunità sull'azienda su quattro aree: la gestione della risorsa acqua, l'impatto ambientale, la relazione con gli stakeholder e il contributo allo sviluppo locale.

Nel 2016 il LAI del Gruppo Sanpellegrino è compreso nella fascia di punteggio più alta (tra 70 e 100).

Sostegno alle comunità

Il Gruppo Sanpellegrino è parte attiva delle comunità nelle quali opera. Quasi il 70% delle sue persone lavora sul territorio ed è residente a meno di dieci chilometri dai siti produttivi. Le forniture locali sono preferite ove possibile, mentre vengono sostenute regolarmente attività locali.

AREA DI IMPATTO	DETTAGLIO	TOTALE 2016 (Milioni di euro)
Occupazione diretta sul territorio		**64,484**
Forniture locali (escluse le utilities)		**95,148**
Investimenti in infrastrutture		**0,339**
Totale forniture e trasporti		**95,487**
Tutela della risorsa idrica e programmi locali di protezione ambientale		**0,306**
Contributi allo sviluppo locale	Donazioni di prodotto	**0,590**
	Progetti integrati per lo sviluppo economico e la valorizzazione del territorio	**0,758**
Totale contributo allo sviluppo locale		**1,654**
Totale del valore generato sulle comunità al netto di tasse e concessioni		**161,625**

Banchi Alimentari
Oltre 500.000 euro donati

Per il valore ridistribuito alla Pubblica Amministrazione in termini di tasse e concessioni si veda la tabella a pagina 12.

SITO PRODUTTIVO	INIZIATIVA
NAZIONALE GRUPPO	• Il Gruppo ha siglato un **Protocollo d'Intesa con i sindacati** per orientare il comparto dell'acqua minerale verso la sostenibilità economica, sociale e ambientale e per valorizzare il settore. Il primo progetto realizzato è un'iniziativa di formazione dedicata ai sindacati.
SAN PELLEGRINO TERME	• S.Pellegrino ha stipulato una partnership con il Distretto "Fontium et Mercatorum", per favorire il rilancio turistico del territorio, creando un network che ha coinvolto 17 Comuni, 5 Enti Pubblici e 3 partner privati. • Sostiene l'Accademia Carrara e nel 2016 ha partecipato come socio fondatore alla rinascita del Teatro Donizetti.
S. STEFANO QUISQUINA	• Nestlé Vera supporta il **rifacimento dei tratti obsoleti della rete idrica comunale** per diminuire le perdite e il fabbisogno energetico dell'impianto di sollevamento.
SCARPERIA	• Acqua Panna è a fianco delle istituzioni per promuovere la Toscana: dal 2014 la Regione ha riconosciuto il prodotto come "eccellenza 100% toscana" e da allora è parte di **"Tuscany taste"**. • Sostiene Palazzo Strozzi, Palazzo Pitti (Firenze) e Palazzo dei Vicari (Scarperia) e **contribuisce a promuovere la visibilità turistica del Mugello.** • Con il progetto #imaginetoscana ha supportato talenti del cinema, commissionando una serie di corti ispirati alla Toscana per **far conoscere il territorio nel mondo**.
CASTROCIELO	• Nestlé Vera ha realizzato, in partnership con l'Università degli Studi di Roma "La Sapienza", lo **studio della vegetazione del lago di Capodacqua** per conoscerne l'ecosistema e migliorarne la biodiversità. • Supporta la campagna di scavi e il restauro delle opere nel sito **archeologico di Aquinum**, per la valorizzazione turistica del territorio.
SAN GIORGIO IN BOSCO	• Nel 2017 per la **Giornata Mondiale dell'Acqua** gli stabilimenti Nestlé Vera hanno ospitato laboratori sul valore dell'acqua per le nuove generazioni e il sito di San Giorgio in Bosco è stato aperto al pubblico per illustrare alla comunità il processo di imbottigliamento e condividere il nostro impegno per la risorsa acqua e l'ambiente.
CEPINA	• Dal 2007 Levissima contribuisce alla **ricerca sui ghiacciai** collaborando con il Dipartimento di Scienze della Terra dell'Università degli Studi di Milano. • Dal 2012 realizza in Valtellina e altre località sciistiche delle Alpi l'iniziativa "Io faccio la differenza", per **promuovere il riciclo del PET**.

PUBBLICO E PRIVATO INSIEME PER LO SVILUPPO

Nel 2015 Sanpellegrino è stata partner di **Expo Milano 2015**, che ha rappresentato uno strumento concreto per **valorizzare i territori di origine, in una collaborazione sinergica tra pubblico e privato**. Il Gruppo Sanpellegrino ha condiviso le proprie risorse e competenze per realizzare progetti di valorizzazione turistica in collaborazione con il Distretto dell'Attrattività Fontium et Mercatorum, un consorzio costituito da 17 Comuni, 5 Enti territoriali e i maggiori attori privati del territorio. Il risultato di questa collaborazione è stato **un corso di formazione** per avviare al lavoro di accompagnatori turistici un gruppo di 15 giovani, oltre a **un'App di promozione turistica** e **un film** sui territori di S.Pellegrino e Acqua Panna, proiettato durante il periodo di Expo nella Piazzetta Acqua S.Pellegrino.

Rispetto all'anno precedente, le presenze sono aumentate del **12%** in Valle Brembana e del **22%** nella zona montana di Selvino e Aviatico, con una punta significativa di turisti stranieri (**+34%**). Il percorso congiunto con le Istituzioni continua ancora oggi.

Sempre con l'obiettivo di contribuire alla valorizzazione del territorio **S.Pellegrino e Acqua Panna sono partner strategici di "East Lombardy"**. La Lombardia Orientale, costituita dai territori compresi fra le province di Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova, ha ottenuto il prestigioso riconoscimento di Regione Europea della Gastronomia 2017. L'assegnazione del titolo ha dato l'avvio a una collaborazione tra i partner istituzionali - le città di Bergamo, Brescia, Cremona, Mantova, le rispettive Camere di Commercio, Regione Lombardia, l'Università di Bergamo - e 250 operatori economici dei territori per **valorizzare l'eccellenza dell'offerta enogastronomica e il patrimonio artistico e naturalistico che li accomuna in un'unica grande destinazione turistica**.

UNA GIORNATA PER SCOPRIRE L'ACQUA

Promuovere la "cultura dell'acqua" significa impegnarsi per educare le nuove generazioni al suo uso responsabile. Una delle occasioni più importanti per ricordare quanto questa risorsa sia indispensabile per noi e per il Pianeta è il **22 Marzo**, la data scelta dall'ONU per celebrare la **Giornata Mondiale dell'Acqua**.

UN WATER 22 MARCH WORLD WATER DAY

Nel 2017 Nestlé Vera ha coinvolto con attività ludico-didattiche i bambini e le famiglie delle comunità in cui si trovano i suoi stabilimenti: San Giorgio in Bosco (PD), Castrocielo (FR) e Santo Stefano Quisquina (AG). Giocando e divertendosi, anche i più piccoli hanno così potuto capire il ruolo dell'acqua nella nostra vita e quanto la sua tutela sia importante per l'ambiente e la salute delle persone.

Hanno partecipato ai laboratori

1.250 persone

e ben

350 hanno avuto la possibilità di visitare lo stabilimento Nestlé Vera di San Giorgio in Bosco.

LEVISSIMA

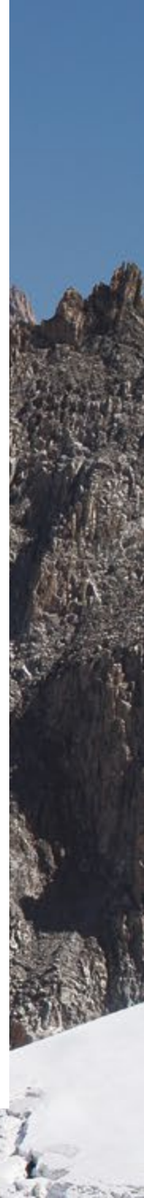
NUOVA VITA ALLA CASA DI LEVISSIMA CON UN PROGETTO ALL'AVANGUARDIA

Valorizzazione delle proprie persone, attenzione per l'ambiente e per il territorio: sono questi i pilastri che guideranno la ristrutturazione del luogo in cui l'acqua minerale Levissima viene imbottigliata.

> **Come Gruppo Sanpellegrino, uno degli impegni fondamentali è mettere le persone al centro. I dipendenti saranno, dunque, non solo i più importanti destinatari della nostra opera di rinnovamento, ma anche i protagonisti che vogliamo coinvolgere nelle diverse fasi del progetto. Un altro partner fondamentale sarà proprio il territorio, dove l'acqua minerale Levissima nasce e al quale vuole restituire ricchezza e valore.**
> **Le amministrazioni locali, le associazioni territoriali e il Parco Nazionale dello Stelvio saranno infatti nostri costanti interlocutori per i prossimi anni.**
>
> **Stefano Agostini**,
> Presidente e Amministratore Delegato

Levissima lavorerà per garantire ancora di più il benessere dei propri dipendenti, rendendo il luogo di lavoro ancora più sicuro e confortevole.

Questo si tradurrà nel rinnovamento della viabilità per aumentare la sicurezza e nella ristrutturazione dei locali e della mensa, che diventerà un ambiente flessibile e utilizzabile al di fuori dei pasti. Inoltre, grazie alla sua natura di "fabbrica aperta", lo **stabilimento potrà diventare parte delle attrattive turistiche del territorio, aumentando la conoscenza di come l'acqua arriva dalla fonte alla tavola.**
Continuerà con nuovo impulso anche il lavoro dei ricercatori del Dipartimento di Glaciologia dell'Università di Milano che, dal 2007, **collaborano con Levissima per lo studio e la salvaguardia dei ghiacciai**. Lo stabilimento diventerà dunque un vero e proprio laboratorio permanente di ricerca, che opererà in sinergia con il Parco Nazionale dello Stelvio, aumentando la consapevolezza dei consumatori. **L'attenzione per l'ambiente sarà un altro driver fondamentale**: la ristrutturazione dello stabilimento ottimizzerà funzionalità e sostenibilità degli edifici, con particolare attenzione alla mitigazione dell'impatto paesaggistico, per armonizzare ancora di più la fabbrica al territorio.



05

I nostri stabilimenti

Dove nascono i nostri prodotti
Il valore delle materie prime
Una performance ambientale d'eccellenza

DOVE NASCONO I NOSTRI PRODOTTI

1 Madone (BG)
Produzioni aromi ed estratti
Anno di fondazione:
1991
Aromi per marchi Sanpellegrino, Vera, Recoaro, Motta, Perugina

2 San Pellegrino Terme (BG)
Acqua minerale, bibite, aperitivi
Anno di fondazione:
1899
Marchi: Acqua minerale S.Pellegrino, bibite Sanpellegrino, Sanbittér

3 Cepina Valdisotto (SO)
Acqua minerale, preforme
Anno di fondazione:
1959
Marchi: Acqua minerale Levissima

4 San Giorgio in Bosco (PD)
Acqua minerale, bibite, thè freddo, preforme
Anno di fondazione:
1979
Marchi: Acqua minerale Nestlé Vera fonte in Bosco, bibite Sanpellegrino, Beltè

5 Scarperia (FI)
Acqua minerale
Anno di fondazione:
1927
Marchi: Acqua minerale Panna

6 Santo Stefano Quisquina (AG)
Acqua minerale
Anno di acquisizione:
2007
Marchi: Acqua minerale Nestlé Vera fonte Santa Rosalia

7 Castrocielo (FR)
Acqua minerale
Anno di fondazione:
2016
Marchi: Nestlé Vera fonte Naturae

LA SMART FACTORY DEL FUTURO

Nel 2016 Nestlé Vera ha inaugurato il suo nuovo stabilimento nel cuore degli Appennini, a Castrocielo (Frosinone), nell'area che ospita la sorgente "Naturae".
Si completa così l'approccio multifonte del brand che, attraverso la distribuzione delle sorgenti sul territorio nazionale, contribuisce a valorizzare le risorse idriche locali e ad avvicinare luogo di imbottigliamento e di consumo, riducendo l'impatto ambientale.
La fonte "Naturae" si aggiunge infatti a quelle attive a San Giorgio in Bosco (Padova) e a Santo Stefano Quisquina (Agrigento): l'acqua arriva così sulle tavole delle regioni italiane senza percorrere lunghe distanze. Oltre il 95% della distribuzione di Nestlé Vera Naturae ai clienti avviene con consegne dirette e a pieno carico, mentre le consegne non dirette avvengono entro i 200 km.

16 mil €
DI INVESTIMENTO

220 mil L
DI ACQUA MINERALE PRODOTTI NEL PRIMO ANNO

0
EMISSIONI DI CO_2

100%
ENERGIE RINNOVABILI

1,06 L
DI ACQUA UTILIZZATI PER LITRO IMBOTTIGLIATO

Miglior risultato
FRA I SITI NESTLÉ WATERS NEL MONDO

100%
MATERIALI DI SCARTO DIFFERENZIATI E RICICLATI

Lo stabilimento di Castrocielo è una vera "smart factory", perfettamente integrata nel territorio e in grado di conciliare sostenibilità ambientale e sviluppo economico.

Attraverso la **collaborazione con le istituzioni locali**, Nestlé Vera è anche impegnata a **valorizzare le eccellenze dell'area di Castrocielo** per stimolarne lo sviluppo turistico.
Per questo ha collaborato con il Dipartimento di Biologia Ambientale dell'**Università degli Studi di Roma "La Sapienza"**, realizzando uno studio della vegetazione del **lago di Capodacqua** al fine di conoscere lo stato di "salute" dell'ecosistema.

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Nestlé Vera supporta, inoltre, l'importante progetto di valorizzazione del sito archeologico di Aquinum, con l'obiettivo di favorirne lo sviluppo come risorsa strategica per la crescita del territorio.

"Gli scavi realizzati presso le antiche Terme centrali di Aquinum stanno riportando alla luce numerosi ambienti decorati e oggetti di pregio: a oggi risulta il più grande impianto termale pubblico mai indagato in Italia, fatta eccezione per le Terme imperiali di Roma. Il supporto di Nestlé Vera – grazie al lavoro intrapreso con partner come Università del Salento, Comune di Castrocielo e Soprintendenza – rappresenta una risorsa imprescindibile per la tutela e la valorizzazione del sito.

Giuseppe Ceraudo, Professore Associato di Topografia antica presso il Dipartimento di Beni Culturali dell'Università del Salento

IL VALORE DELLE MATERIE PRIME

La qualità delle nostre bibite dipende dalle materie prime che utilizziamo, per questo la selezione dei fornitori ha un ruolo essenziale.

La catena di fornitura viene gestita conciliando sostenibilità sociale e ambientale, infatti il 100% dei fornitori sono valutati con audit ambientale Ecovadis e audit etico SMETA secondo quattro pilastri: standard di lavoro, salute e sicurezza, trasparenza ed etica del business, ambiente.

Grande rilevanza rivestono ovviamente la qualità e l'origine delle materie prime che utilizziamo. Tutte le bibite Sanpellegrino sono prodotte, infatti, con ingredienti selezionati e processi produttivi per mantenere al meglio le caratteristiche organolettiche del prodotto.

Nei prodotti venduti in Italia i succhi sono di origine italiana: un modo per valorizzare le eccellenze del territorio e il "Made in Italy".
Le Aranciate Sanpellegrino, esportate in tutto il mondo, hanno una ricetta realizzata esclusivamente con arance 100% italiane. Anche la linea "Specialità italiane" pone al centro ingredienti d'eccellenza della tradizione, come i limoni di Sicilia, la menta piperita del Piemonte, i chinotti cresciuti alle pendici dell'Etna, il mirto di Sardegna e i fichi d'india siciliani.

Una catena di fornitura sostenibile

100%

Fornitori valutati e selezionati con Audit ambientale Ecovadis.

100%

Fornitori con audit SMETA su criteri ambientali e sociali (diritti del lavoro, salute, sicurezza, trasparenza).

LIMONI DI SICILIA

MENTA PIPERITA

CHINOTTO

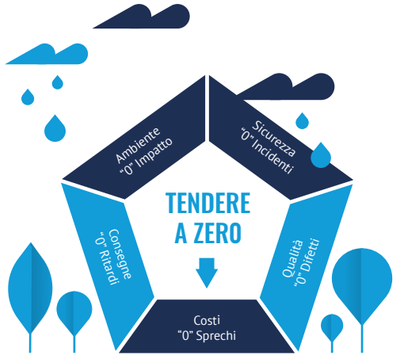
MIRTO

FICHI D'INDIA

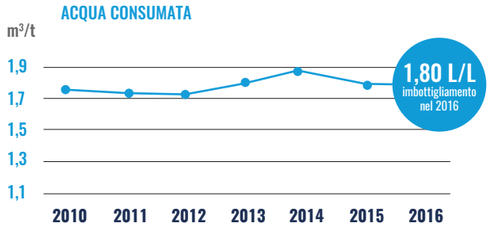
UNA PERFORMANCE AMBIENTALE D'ECCELLENZA

Massima efficienza

L'efficienza di uno stabilimento si misura con l'indice di **Asset Intensity**: un elemento sintetico dietro al quale c'è ottimizzazione di tutti i processi, ovvero una tensione dell'azienda alla riduzione degli sprechi e conseguentemente dei costi, un minor impatto ambientale e minori problemi relativi alla consegna, insieme a una maggiore qualità e sicurezza. Nel concreto l'obiettivo è ridurre il tempo non produttivo, a favore di quello realmente dedicato alla produzione.

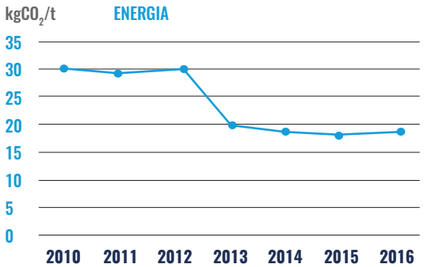


L'eccellenza nella gestione dell'acqua



Salvaguardare le risorse idriche significa innanzitutto ottimizzare il loro utilizzo. Sanpellegrino monitora le fonti idriche attendendone il naturale ricaricarsi e pone grande attenzione alla riduzione del consumo di acqua durante l'intero ciclo di vita dei prodotti.

Il risparmio e l'efficienza energetica negli stabilimenti



La performance energetica del Gruppo Sanpellegrino è in costante miglioramento. **Dal 2011 tutti gli stabilimenti utilizzano il 100% di energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili certificata RECS (Renewable Energy Certificate System).**

ACQUA PANNA

ENERGIA PULITA PER ACQUA PANNA

Il 23 novembre 2016 è stato inaugurato presso lo stabilimento di Scarperia il nuovo impianto alimentato a **GNL (Gas Naturale Liquefatto), che fornisce il 100% dell'energia necessaria alle attività del sito produttivo** in cui viene imbottigliata Acqua Panna. Grazie al GNL, caratterizzato da emissioni di anidride carbonica e ossidi di azoto nettamente inferiori rispetto agli altri combustibili e da una totale assenza di anidride solforosa e particolati, Acqua Panna disporrà di energia pulita per gestire i processi produttivi dello stabilimento, rendendo l'impianto di imbottigliamento ancora più sostenibile.

2016

Inaugurato a Scarperia il nuovo impianto alimentato a GNL

100%

L'energia necessaria alle attività del sito fornita dal nuovo impianto

Cosa c'è dietro una bottiglia

Il packaging riveste un ruolo fondamentale: deve custodire la purezza dell'acqua minerale durante il viaggio che compie dall'imbottigliamento alla tavola, per garantirne la massima qualità. L'impegno di Sanpellegrino mira a **coniugare la funzionalità e la sicurezza con la riduzione dell'impatto ambientale**: per questo ricerchiamo soluzioni tecnologiche innovative e promuoviamo il riciclo dei materiali, a partire dal PET.

Un PET sempre più leggero

Il processo di **sgrammatura** consente di usare sempre meno PET a parità di qualità e sicurezza.

2016 vs 2008

-11.2%

6.438 Tonnellate

Una bottiglia "verde" per Levissima

Biobottle è la bottiglia con il 30% di plastica di origine vegetale, 100% riciclabile e adatta anche al gasato. A tutti gli effetti assimilabile al PET classico, questo materiale è leggero, infrangibile, perfettamente igienico e, se recuperato, può dare vita a tanti nuovi oggetti. Attualmente il **16%** del formato 1.5L frizzante e il **100%** della gamma di "La litro" Levissima sono realizzati con questo packaging innovativo.

In tema di riciclo, il Gruppo Sanpellegrino aderisce a:

COREPLA

Consorzio Nazionale Per la Raccolta, il Riciclaggio e il Recupero degli Imballaggi in Plastica

CORIPET

Consorzio autonomo per la raccolta e la rigenerazione degli imballaggi in PET di acqua e bevande analcoliche

Alleanza globale per un PET 100% bio

Danone e Nestlé Waters, le due aziende leader nel settore dell'acqua in bottiglia nel mondo, hanno unito le forze con ORIGIN Materials – azienda biotecnologica californiana – dando vita a **NaturALL Bottle Alliance**. Insieme, i tre partner puntano a sviluppare e commercializzare **una bottiglia in plastica PET di origine bio, realizzata al 100% con risorse sostenibili e rinnovabili**. Il progetto utilizza materie prime a biomassa, come il cartone usato e la segatura, per non sottrarre risorse o terreni destinati alla produzione alimentare per il consumo umano o animale. La tecnologia rappresenta una vera e propria innovazione scientifica per il settore e verrà resa disponibile a tutta l'industria food and beverage.

I partner continueranno a fare ricerca per aumentare la percentuale di materiale prodotto a partire da risorse rinnovabili, con l'obiettivo finale di portarla al 100%.

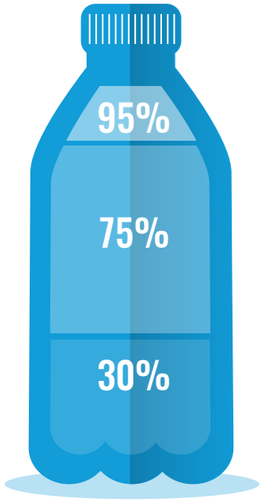
NATURALL BOTTLE ALLIANCE

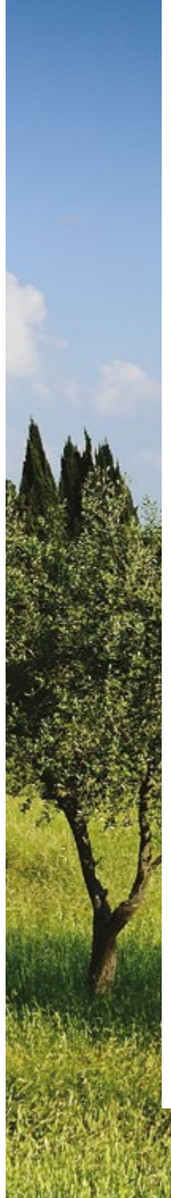
2022 — 95%
Obiettivo: arrivare a produrre PET bio al 95%

2020 — 75%
Obiettivo: produrre su scala commerciale bottiglie in plastica PET bio al 75%

2017 — 30%
Tecnologia attuale: PET realizzato con il 30% di risorse rinnovabili

Nascita di NaturALL Bottle Alliance e costruzione di un "impianto pionieristico"





CAMPIONI DEL RICICLO

L'educazione al riciclo per Nestlé Vera parte dai banchi di scuola: educare i ragazzi al riciclo della plastica e **promuovere comportamenti virtuosi nei futuri cittadini è l'obiettivo di "R-Generation - Raccogli la plastica, Semina il futuro".**
A partire dal 2012, la campagna educativa ha coinvolto gli istituti primari delle principali città italiane nella raccolta di bottiglie in plastica per avviarle al riciclo. Le scuole che raccolgono più PET ricevono premi in plastica riciclata e i bambini che partecipano al progetto entrano a far parte della R-Generation, la generazione a cui stanno a cuore la raccolta differenziata e le sorti del Pianeta.

109 Scuole partecipanti

1.453 Classi aderenti

23.534 kg di PET raccolti

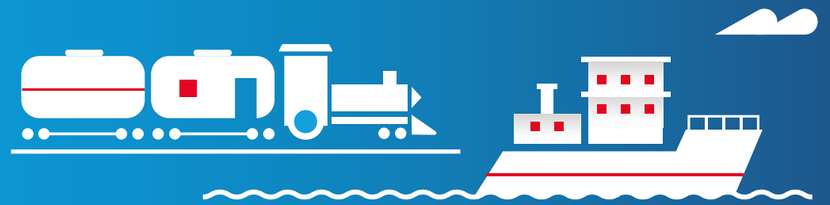
34.369 studenti e 103.107 familiari coinvolti

Anche Levissima dal 2012 si occupa di riciclo con il progetto "Io faccio la differenza" per la raccolta differenziata del PET sulle piste da sci. Attraverso il posizionamento di bidoni personalizzati presso rifugi e impianti di risalita, vengono coinvolti direttamente sia il pubblico, sia gli attori locali.

06

Trasporti e logistica

Una logistica “verde” e sostenibile



UNA LOGISTICA “VERDE” E SOSTENIBILE

Innovazione in movimento

In anni recenti il Gruppo Sanpellegrino ha implementato innovazioni tecnologiche che hanno consentito di ridurre l’impatto ambientale derivante dai trasporti.
Grazie a **rimorchi ultraleggeri**, che consentono l’aumento del numero di bancali per viaggio, è stato possibile incrementare il carico utile con la conseguente riduzione del numero di viaggi. Il Gruppo Sanpellegrino privilegia, inoltre, **il trasporto su rotaia**, tanto che **l’azienda è oggi il più grande cliente diretto di Trenitalia nel largo consumo**.

Negli ultimi anni abbiamo sviluppato anche progetti che prevedono l’utilizzo di mezzi alimentati a **GNL (Gas Naturale Liquefatto)**, che per le sue ridotte emissioni è il combustibile fossile più verde e la terza fonte di energia a livello globale. È conveniente perché: è economicamente sostenibile, è l’unica fonte alternativa al gasolio oggi tecnicamente industrializzabile ed è sicuro in quanto non esplosivo. **In futuro si lavorerà all’estensione del progetto attraverso collaborazioni con i clienti chiave, con i quali condividere la flotta GNL, e all’ampliamento dei progetti di logistica sostenibile ad altri territori in cui l’azienda è presente.**

33%
Acqua trasportata via treno nel 2016

41%
Acqua trasportata attraverso mezzi verdi (treno + GNL)

300
Viaggi risparmiati grazie all’utilizzo di mezzi ultraleggeri

I pilastri della logistica sostenibile

- Produzioni più vicine ai consumatori: Nestlé Vera utilizza più fonti sul territorio (approccio multifonte), con una riduzione stimata del 25% sulle emissioni di CO_2 per i trasporti.
- Utilizzo dei trasporti ferroviari e ottimizzazione dei carichi.
- Scelta di operatori logistici che utilizzano mezzi innovativi.
- Creazione di partnership logistiche per ridurre insieme l’impatto ambientale.
- Educazione agli autotrasportatori per insegnare regole per una guida sicura e meno inquinante.

UN TRENO D'ACQUA PER CAMST

"Un treno d'acqua" è il progetto di trasporto sostenibile nato dalla collaborazione tra il Gruppo Sanpellegrino e Camst, azienda leader nella ristorazione italiana da oltre 70 anni.
L'iniziativa, che consente il trasporto su rotaia dell'acqua Nestlé Vera, rappresenta una reale innovazione poiché **utilizza il mezzo ferroviario per una tratta considerata adatta esclusivamente ai camion a causa della sua ridotta lunghezza**, circa 115km. Un risultato reso possibile grazie alla stretta collaborazione fra i 5 attori coinvolti nella catena di fornitura: il produttore, il distributore Camst e tre operatori logistici, gli Interporti di Padova e Bologna e Trenitalia.

-500
Autotreni su strada ogni anno

-78%
di CO_2 rilasciata in atmosfera rispetto al trasporto su gomma (66,5 tonnellate rilasciate)

-74%
di consumo energetico rispetto al trasporto su gomma (880.000 Mj consumati)

"

Si tratta di un progetto importante per Camst. Un'attività che fortifica la nostra politica di sostenibilità ambientale e che speriamo possa essere di esempio per le altre aziende per incentivare il trasporto delle merci su rotaia.

Antonio Giovanetti,
Direttore Generale di Camst

SULLE MONTAGNE DI LEVISSIMA

Fare della provincia di Sondrio un esempio di filiera logistica sostenibile è l'obiettivo del progetto "LNG Valtellina Logistica Sostenibile", realizzato dal Gruppo Sanpellegrino con il Gruppo Maganetti per promuovere l'uso del gas naturale liquefatto nel traffico pesante. L'iniziativa ha portato anche all'apertura del primo distributore GNL della Lombardia, a Gera Lario, che è anche il primo in self service in Italia. A partire da agosto 2017 un nuovo progetto GNL coprirà progressivamente il navettaggio fra gli stabilimenti di Madone e Ruspino (Bergamo).

33%
della flotta a GNL entro dicembre
2017

I risultati del progetto GNL a un anno dall'inizio:

-26%
monossido di carbonio

-51%
di ossidi di azoto

-95%
di polveri sottili

43%
trasportata via treno

48%
trasportata con "mezzi verdi"

→ **acqua Levissima**

"

Con questa collaborazione abbiamo creduto insieme in un investimento che va nell'unica direzione di salvaguardare l'ambiente e realizzare un cambiamento culturale, sostituendo la pratica comoda e performante dell'uso del gasolio con una innovazione, che richiede sforzi ma porta risultati rivoluzionari nell'eco-sostenibilità.

Matteo Lorenzo De Campo,
AD Gruppo Maganetti

Un percorso sempre più verde

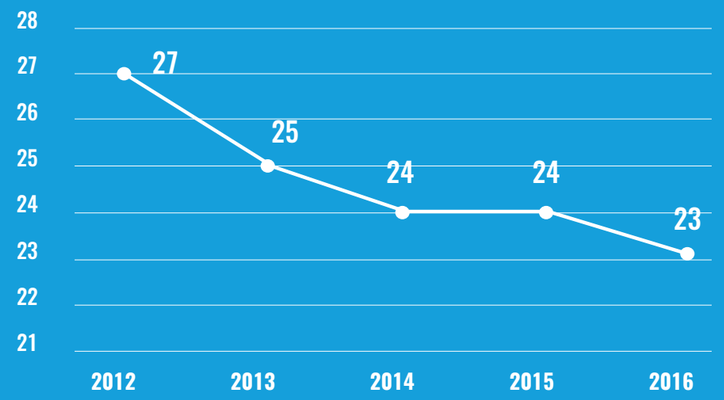
Distanza media percorsa dalla nostra acqua minerale in Italia

522 KM registrati nel **2015**

508 KM registrati nel **2016**

Grazie all'adozione del **modello multifonte,** la distanza media percorsa da Nestlé Vera è di **289 KM**

GRAMMI DI CO_2 PER LITRO DI ACQUA TRASPORTATO

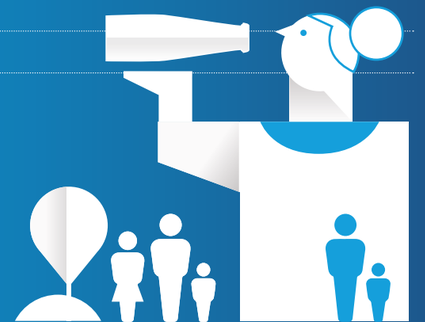


Dal 2012 a oggi la quantità di anidride carbonica emessa per ogni litro d'acqua trasportato dal Gruppo Sanpellegrino è diminuita del 14,8%.

07

Individui, famiglie e cittadini

Il consumatore al centro
L'impegno per i cittadini
Il valore del talento italiano



IL CONSUMATORE AL CENTRO

Tutte le attività del Gruppo Sanpellegrino sono orientate alla **soddisfazione del consumatore,** un obiettivo che perseguiamo impegnandoci a realizzare tutte le azioni che consentono di garantirgli la massima **qualità, sicurezza, trasparenza e benessere.**

L'ascolto

Per tendere al miglioramento continuo è fondamentale saper ascoltare i consumatori, soprattutto quando segnalano ottimizzazioni che permettono di rispondere con maggior efficacia alle loro esigenze.

La cura del prodotto

La normativa italiana regolamenta le attività di imbottigliamento in modo preciso: oltre a questo, **il Gruppo adotta misure di sicurezza ulteriori per garantire la qualità del prodotto.**

Le acque vengono quotidianamente controllate dal punto di vista chimico, microbiologico e sensoriale, nel rispetto dei parametri indicati dal Ministero della Salute e degli standard aziendali che spesso sono più severi di quanto stabilito dalla legge.

La qualità del prodotto è garantita anche nella fase logistica mediante sistemi informatici per la "tracciabilità" dei prodotti, il controllo igienico dei mezzi di trasporto e il monitoraggio nei magazzini della distribuzione da parte delle autorità sanitarie.

Un prodotto di qualità deve essere anche un prodotto sano, che contribuisca a diffondere stili di vita salutari. Negli ultimi anni il Gruppo ha lavorato costantemente alla riformulazione nutrizionale delle bevande per ridurne il contenuto di zuccheri, ottenendo risultati significativi.

4.000
controlli qualità in fase di produzione al giorno

500
controlli di qualità in laboratorio al giorno

MENO ZUCCHERO PER BELTÈ

2014 Da 8,2 grammi di zuccheri contenuti per 100ml di prodotto sulla gamma “regular”

2017 a 4,6 grammi di zuccheri contenuti per 100ml di prodotto sulla gamma “regular”

-40 %
di zucchero sull’intera gamma

2014 Da due sole varianti a ridotto contenuto di zuccheri nella linea “Zero”

2016 alla riduzione di zuccheri sull’intera gamma

Beltè Bio, Beltè Verde, Beltè Nero frutti rossi e The frizzante Sanpellegrino Limone e Pesca sono prodotti biologici certificati Bioagricert.

FORMULAZIONE RINNOVATA PER LE BIBITE

1994 10 grammi di zuccheri contenuti per 100ml di prodotto in media

2017 9,3 grammi di zuccheri contenuti per 100ml di prodotto in media

1994 9,3 grammi di zuccheri aggiunti

2017 7,9 grammi di zuccheri aggiunti

1994 12% di succo di arancia contenuto nell’Aranciata

2016 20% di succo d’arancia contenuto nell’Aranciata

2019

Obiettivo	da **10%** a **9%** di zuccheri totali per Aranciata Sanpellegrino
-20% di zuccheri su parte della gamma (4 prodotti)	**-10%** di zuccheri su parte della gamma (8 prodotti)

Comunicare responsabilmente

La **comunicazione verso il consumatore deve essere corretta, trasparente, affidabile e responsabile**, per consentirgli di fare scelte consapevoli. Un elemento essenziale è rappresentato dall'etichetta, che è il primo strumento di informazione sui nostri prodotti.

Il **100% delle etichette** dei nostri prodotti diversi dall'acqua contengono il cosiddetto "Nutritional Compass" che ne descrive in modo approfondito tutte le caratteristiche nutrizionali.

Ci impegniamo a veicolare sempre **messaggi corretti, veritieri, rispettosi delle leggi e orientati al benessere delle persone**. Per favorire l'adozione di uno stile di vita sano, ad esempio, promuoviamo presso le famiglie il consumo di acqua come protagonista della corretta idratazione dei bambini.

L'IMPEGNO PER I CITTADINI

Come azienda leader del settore, Sanpellegrino è consapevole che la responsabilità nei confronti della comunità non finisce quando la bottiglia arriva sulla tavola dei consumatori e non si limita alle persone raggiunte dai suoi prodotti.

Il Gruppo Sanpellegrino si impegna ad **adottare un comportamento responsabile e generare valore non solo verso i propri consumatori ma anche nei confronti di tutti i cittadini**, in qualità di importante attore del tessuto economico e sociale italiano.

L'acqua è la principale componente del corpo umano, essenziale per i processi fisiologici. Sebbene sia riconosciuto che una corretta idratazione è fondamentale per la salute dell'organismo, la maggioranza delle persone non è sufficientemente informata su questo tema: **per questo il Gruppo Sanpellegrino si impegna nel promuovere il dibattito pubblico e l'educazione alla corretta idratazione** con l'obiettivo di raggiungere il maggior numero di persone e in particolare le famiglie.

Osservatorio Sanpellegrino
Un gruppo di esperti in discipline scientifiche diverse, che contribuisce alla diffusione di informazione medico-scientifica sulla corretta idratazione.

Partnership con associazioni scientifiche:
- **SIPPS**: Società Italiana di Pediatria Preventiva e Sociale
- **SIN**: Società Italiana di Nefrologia
- **NFI**: Nutrition Foundation of Italy
- **FEMTEC**: Federazione Mondiale del Termalismo

nel 2016 oltre 700 articoli generati sui media

Hydrationlab.it
Un sito web dedicato all'acqua e ai suoi benefici per la salute.

nel 2016 oltre 120.000 sessioni di lettura

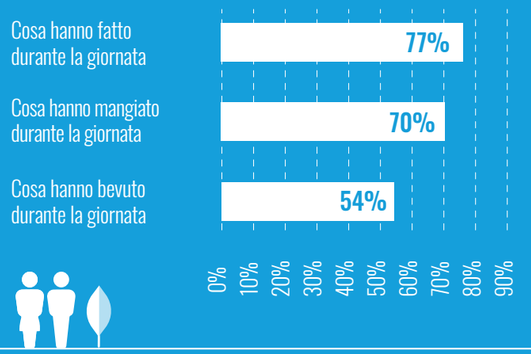
Un futuro più sano

L'idratazione è particolarmente importante per i bambini, sia per le loro caratteristiche fisiche che li rendono più esposti ai rischi della disidratazione, sia perché imparare a bere da piccoli significa diventare adulti più sani e consapevoli.

20% dei genitori
pensa che il fabbisogno idrico dei bambini sia minore di un litro al giorno*

15% dei genitori
ammette di non sapere il fabbisogno idrico di un bambino

Genitori che chiedono ai propri figli...



Fonte: ricerca GFK Eurisko per Gruppo Sanpellegrino, 2016

58% dei bambini
beve meno di un litro di acqua al giorno*

* Il fabbisogno di acqua per bambino varia secondo l'età, le condizioni di salute, il regime alimentare, l'attività fisica svolta, temperatura e tasso di umidità ambientale: in età scolare è di circa 1100 ml/die.

Da un'indagine commissionata nel 2016 da Sanpellegrino è emerso che i genitori italiani sanno poco sull'importanza dell'idratazione e il consumo di acqua da parte dei propri figli.

Dal 2014 a oggi quasi **2.500 insegnanti e 130.000** alunni sono stati coinvolti nella campagna educativa Hydration@school, che promuove i benefici della corretta idratazione per il benessere psico-fisico.

Con la supervisione scientifica

Nfi
NUTRITION FOUNDATION OF ITALY

Con il supporto

SIPPS

Con il sostegno incondizionato del Gruppo Sanpellegrino, nel 2016 la Società Italiana di Pediatria Preventiva e Sociale ha sviluppato **il primo decalogo italiano per la corretta idratazione dei bambini**, già presentato a 10.000 pediatri. Nella diffusione del decalogo, anche tra i genitori, è impegnata in particolare Nestlé Vera.

Società Italiana di Pediatria Preventiva e Sociale
SIPPS

ACQUA IN ETÀ PEDIATRICA
Le 10 cose da sapere

1. L'acqua è un vero e proprio nutriente essenziale.
2. Una corretta alimentazione del bambino deve comprendere e garantire un adeguato apporto di acqua e sali minerali.
3. La quantità e la qualità dell'acqua assunta dal bambino dipendono da età, condizioni di salute, regime alimentare, attività fisica svolta, temperatura e tasso di umidità ambientale.
4. Il fabbisogno di acqua è maggiore nel neonato e nel piccolo lattante (100-190 ml/kg/die) per differente composizione corporea, più elevato turnover di liquidi corporei e più rapida crescita rispetto alle età successive.
5. Il fabbisogno di acqua derivante dalle bevande nelle età successive è il seguente: dai 6 mesi ai 3 anni 600-900 ml/die; in età scolare fino a circa 1100 ml/die; in età adolescenziale 1500/2000 ml/die. I soft drinks non sono da considerare una sorgente di acqua.
6. L'allattamento al seno soddisfa i fabbisogni idrici del lattante. Qualora il latte materno non fosse disponibile, per la ricostituzione delle formule adattate, vanno utilizzate acque minimamente mineralizzate (residuo fisso < 50 mg/L) e oligominerali (residuo fisso tra 50 e 500 mg/L) con contenuto di nitrati ≤10 mg/L. Dopo l'anno di vita si possono utilizzare anche acque minerali o di fonte con un residuo fisso < 1500 mg/L. Per lattanti e bambini in età prescolare il contenuto di fluoruri nell'acqua deve essere <1.5 mg/L.
7. Per una corretta idratazione, essenziale nel soggetto in età pediatrica che svolge attività sportiva, è consigliabile: una pre-idratazione prima di iniziare l'attività sportiva pari a 90-180 ml (se peso corporeo <40 kg), o 180-360 ml (se peso corporeo >40 kg); durante l'attività sportiva è consigliata l'assunzione di almeno 150-240 ml ogni 20 minuti; al termine dell'attività sportiva è utile prevedere un apporto di acqua variabile da 220 a 330 ml/kg di peso perso durante l'attività fisica svolta.
8. Una idratazione inadeguata è associata a peggioramento dello stato di salute mentale, fisico ed emotivo e ad un peggioramento delle performance.
9. L'insufficiente assunzione di acqua è associata a un indice di massa corporea più elevato e a un rischio maggiore di sviluppare obesità.
10. Nell'impiego di una determinata acqua minerale il Pediatra ed i genitori devono valutare i seguenti parametri riportati in etichetta: analisi batteriologica e dei principali contaminanti ambientali; contenuto di sodio, potassio, calcio, fluoro, ferro, magnesio e bicarbonato; data di imbottigliamento, considerando che la legge prescrive un consumo preferibilmente entro 18 mesi per l'acqua contenuta in contenitori di polietilene ed entro 24 mesi per l'acqua contenuta in bottiglia di vetro.

NESTLÉ VERA, CON LE FAMIGLIE PER IL BENESSERE DEI BAMBINI

Grazie alla collaborazione con SIPPS e altri partner, Nestlé Vera è attiva nello sviluppo e nella realizzazione di attività educative per la corretta idratazione dei bambini, forte della convinzione che le buone abitudini imparate da piccoli sono quelle che ci accompagnano per il resto della vita.

Con l'obiettivo di promuovere l'importanza dell'idratazione, **360 famiglie e 110 alunni delle scuole primarie** hanno usufruito nel 2016 di laboratori educativi sul ruolo dell'acqua negli equilibri del nostro Pianeta e per il corpo umano, realizzati da Nestlé Vera presso il **MUBA Museo dei Bambini Milano, di cui è "acqua ufficiale".**

Non solo: **per aiutare i genitori a rendere l'acqua una presenza costante nella quotidianità dei loro figli, è nata Nestlé Vera Kids**. Pensata su misura per le esigenze dei bambini, grazie al suo formato da 25cl unisce una presa maneggevole anche per i più piccoli a un **tappo anti soffocamento "100% sicuro"**, in quanto privo di parti che possano essere staccate e ingerite. La valvola anti gocciolamento permette poi un flusso guidato e moderato.

IL VALORE DEL TALENTO ITALIANO

Portare l'Italia nel mondo

Grazie al forte legame con i territori di provenienza e alla vocazione all'esportazione, **i prodotti del Gruppo Sanpellegrino contribuiscono attivamente a veicolare il valore dell'eccellenza italiana nel mondo.**

Dal 2014 la Regione Toscana ha riconosciuto il marchio Acqua Panna come eccellenza 100% toscana, concedendole il logo "Tuscany Taste" per la sua capacità di raccontare il territorio sia in Italia che all'estero.
In virtù del forte legame con la sua terra d'origine, Acqua Panna sviluppa progetti per la valorizzazione enogastronomica, culturale e turistica della Toscana e del Mugello in particolare.

Scelta come acqua ufficiale di Expo Milano 2015 e del Padiglione Italia, S.Pellegrino è **simbolo e ambasciatrice del "Made in Italy" nel mondo.** Testimone di una tradizione italiana di eccellenza e raffinatezza, è tra i membri fondatori della **Fondazione Altagamma**, il cui fine principale è promuovere a livello internazionale il meglio dell'industria italiana e la sua cultura.

Nello stesso percorso di valorizzazione dello stile italiano, S.Pellegrino ha stipulato una **partnership con la Camera Nazionale della Moda Italiana**, che promuove lo sviluppo di questa importante risorsa economica e culturale del Paese nel mondo. Come acqua ufficiale di Camera della Moda, S.Pellegrino contribuirà al racconto dello stile italiano attraverso progetti specifici, come la creazione di esclusivi contenuti digitali sulla piattaforma Itinerari di Gusto.

Il Gruppo Sanpellegrino, in qualità di **ambasciatore del Made in Italy,** si è posto inoltre come **facilitatore** nella creazione di sistema fra Aziende, Istituzioni, Associazioni e Università con lo scopo di promuovere in maniera unitaria e collettiva l'identità italiana e tutti i valori a essa collegati: **creatività, innovazione, storia, qualità, saper fare**.
Con questo obiettivo ha promosso diversi momenti di confronto per far emergere le opportunità e i benefici per il Sistema Paese derivanti da una maggiore sinergia e collaborazione tra tutti gli attori.

S.PELLEGRINO

DESIGN INTERNAZIONALE PER L'ACQUA CHE PORTA IL "MADE IN ITALY" NEL MONDO

Un'opera di design che valorizzi il territorio, migliori la qualità del lavoro e attragga turisti da tutto il mondo: questo diventerà lo storico stabilimento dove viene imbottigliata l'acqua minerale S.Pellegrino, prima di arrivare sulle tavole di 150 Paesi. A realizzarlo sarà lo studio di architettura internazionale BIG, guidato dal famoso Archistar danese Bjarke Ingels, che ha vinto il concorso mondiale lanciato dal Gruppo Sanpellegrino.
I primi lavori di costruzione partiranno nel 2018. Le fondamenta della S.Pellegrino Flagship Factory, la nuova casa dell'acqua minerale frizzante simbolo del Made in Italy, saranno rappresentate da una struttura innovativa, tecnologicamente avanzata, che armonizzerà l'estetica dello stabilimento con il paesaggio circostante e apporterà benefici per le persone che vi lavorano e per il paesaggio in cui sorge.

"Salutiamo con grande entusiasmo la nostra collaborazione con S.Pellegrino. La nostra proposta non punta a dare un altro volto alla fabbrica esistente quanto a far emergere la sua identità: la nuova S.Pellegrino Factory e l'Experience Lab affioreranno dall'ambiente naturale così come l'acqua minerale sgorga dalla sorgente. Infine, con l'obiettivo di dare una continuità tra produzione e consumo, abbiamo voluto eliminare la tradizionale separazione tra linee di produzione e uffici tipica delle fabbriche".

Bjarke Ingels, architetto

Sarà una fabbrica aperta al pubblico per raccontare l'essenza e le origini di un marchio noto in tutto il mondo, proiettandolo verso il futuro, ma parlerà anche della storia dell'acqua minerale.

Il nuovo stabilimento nasce nell'ottica di un rapporto virtuoso con le comunità locali, verso cui il Gruppo Sanpellegrino da sempre si pone in una posizione di ascolto, sostegno e cooperazione. **Il progetto, che prevede un investimento complessivo di 90 milioni di euro, interesserà infatti i territori di San Pellegrino Terme e Zogno** e crea i presupposti per valorizzare la vocazione turistica della Valle Brembana quale luogo di origine dell'acqua minerale. L'auspicio, infatti, è quello di creare un contesto molto attrattivo, che unisca le diverse iniziative presenti a San Pellegrino Terme, come le attività termali e turistiche.

Proprio dalla Lombardia, cuore pulsante del Sistema Italia, nasce dunque un nuovo modo di intendere l'industria nel panorama italiano e mondiale. Questo progetto è anche una testimonianza concreta di come l'acqua minerale possa essere un settore in grado di trainare investimenti in aree a bassa presenza industriale e valorizzare, grazie anche alla collaborazione pubblico-privata, i territori di origine, portando vantaggi economici, turistici, sociali e occupazionali per le comunità locali e l'intera Regione Lombardia.

Spazio ai giovani

Sono diverse le iniziative con cui Sanpellegrino sostiene e promuove il **talento dei giovani** in campi differenti.

Sanpellegrino Campus dà il suo contributo alla **crescita formativa e professionale di studenti universitari e neolaureati italiani,** premiando il merito, potenziando le conoscenze e fornendo gli strumenti per competere nel mondo del lavoro.
Il progetto sostiene la diffusione di una **cultura dell'acqua come risorsa fondamentale per la salute, l'ambiente e l'economia**.

"PREMIO SANPELLEGRINO CAMPUS"
un riconoscimento destinato a universitari e neolaureati che hanno sviluppato progetti di lavoro e tesi su aree di interesse sociale per l'azienda con un focus particolare sul tema salute, ambiente, sviluppo economico.

"SANPELLEGRINO SALES CAMPUS"
ha migliorato la competitività nel mondo del lavoro di 80 neolaureati sotto i 30 anni con un'esperienza sul campo e un piano formativo specifico e innovativo.

"SANPELLEGRINO MEETS UNIVERSITY"
mette a disposizione di docenti e studenti gli stabilimenti e le professionalità del Gruppo per far conoscere da vicino le attività e le opportunità nel mondo dell'acqua minerale.

Nel 2016 è stato lanciato **"Sanpellegrino Made in Italy Campus"**, nato con lo scopo di mettere alla prova la creatività degli universitari a sostegno del Made in Italy. I tre progetti finora sviluppati o in via di sviluppo hanno interessato: Bibite Sanpellegrino e IED; Acqua Panna-S.Pellegrino e IULM; Università Cattolica di Milano e Sanbittèr.

3 UNIVERSITÀ COINVOLTE NEL 2016-17

110 STUDENTI COINVOLTI

all4YOUth
Alliance for Youth

Sanpellegrino contribuisce a **creare opportunità per i giovani** anche attraverso **Alliance for YOUth**, una vera "alleanza per i giovani" stretta nel 2014 tra il Gruppo Nestlé e i suoi partner in tutta Europa con l'obiettivo di creare **100.000 opportunità lavorative e di stage in 2 anni**.

Nel 2016, a livello internazionale
115.000 opportunità create
+15% rispetto a obiettivo iniziale
oltre **200** partner

Nel 2016, in Italia
6.500 opportunità create
+30% rispetto a obiettivo iniziale
14 partner

Partner della cucina d'eccellenza, S.Pellegrino promuove dal 2015 il **progetto internazionale "S.Pellegrino Young Chef" per la valorizzazione dei nuovi talenti della cucina.** L'iniziativa, che elegge ogni anno il miglior Giovane Chef al mondo, coinvolge alcuni dei più importanti chef internazionali in veste di giurati e mentori dei partecipanti. Così giovani professionisti della cucina sotto i 30 anni, provenienti da tutto il mondo, hanno l'opportunità di **sviluppare le proprie abilità, sostenere la propria crescita professionale e godere di visibilità internazionale.** La terza edizione si svolge da gennaio 2017 a giugno 2018 e consente ai partecipanti provenienti da 21 aree del mondo di lavorare per 18 mesi a fianco dello Chef Mentor a loro assegnato.

Per favorire la crescita dei **giovani talenti** anche nel **settore del design** e in qualità di acqua ufficiale di Salone del Mobile di Milano, S.Pellegrino ha preso parte alle celebrazioni per il ventesimo anniversario di **SaloneSatellite**, il primo evento dedicato ai designer under 35. L'evento inaugurale ha segnato l'incontro tra nuovi talenti della cucina e del design, grazie alla partecipazione di Alessandro Rapisarda, S.Pellegrino Young Chef Italia 2016.

3.000 candidati nel 2016

70 top chefs coinvolti nell'edizione 2017-18

90 Paesi coinvolti

21 Young Chef finalisti, assistiti da 21 Chef Mentor

AMBIENTE

Documento redatto a cura del **Team interfunzionale dedicato alla Creazione di Valore Condiviso del Gruppo Sanpellegrino**, su ispirazione dei requisiti proposti da **GRI - Global Reporting Initiative** (G4 Guidelines). Per il perimetro di consolidamento dei dati si fa riferimento al Bilancio Separato 2016 del Gruppo Sanpellegrino dove non diversamente indicato.

Supporto editoriale:
MSLGROUP.
Facilitazione del processo e progetto grafico:
Housatonic.

Le immagini mostrano il Gruppo di Lavoro impegnato nella costruzione di questo Report, nel corso del laboratorio del 17 marzo 2017.