

THE FUTURE WE SHARE

CSV REPORT UPDATE 2018

INDICE

CHI SIAMO

★ IL GRUPPO SANPELLEGRINO	6
↗ Sanpellegrino nel mondo	7
◁ La leadership	8
◁ I marchi	9
↗ La distribuzione del valore aggiunto	10
★ LE PERSONE	11
◁ La sicurezza delle persone	
↗ L'andamento degli indici di sicurezza	
◁ Le persone di Sanpellegrino	12
★ IL SANPELLEGRINO BOOSTING PROGRAM	13
★ LA CIRCOLARITÀ E L'AGENDA 2030 DELLE NAZIONI UNITE	14

IL MODELLO CIRCOLARE - THE FUTURE WE SHARE	16
--	----

FONTI E TERRITORIO

↗ I siti produttivi	
★ DOVE NASCE LA NOSTRA ACQUA	19
★ LA SALVAGUARDIA DELLA RISORSA IDRICA E DEL TERRITORIO	
★ ALLIANCE FOR WATER STEWARDSHIP	20
★ LE COMUNITÀ LOCALI	21
★ IL COMMUNITY RELATIONS PLAN 2017	23
↗ Local acceptability index	
★ LEVISSIMA. UNA FABBRICA CONDIVISA PER L'ALTA MONTAGNA	24
◁ Un laboratorio per progettare il futuro, insieme	25
◁ Il Progetto Ghiacciai Levissima	26
★ LE MATERIE PRIME	27

PRODUZIONE E IMBOTTIGLIAMENTO

★ SOSTENIBILITÀ. MENO È MEGLIO	28
★ EFFICIENZA ENERGETICA	29
↗ Emissioni climalteranti	

★ S. PELLEGRINO FLAGSHIP FACTORY	30
★ ACQUA PANNA. HERITAGE E BIODIVERSITÀ	32

TRASPORTI E LOGISTICA

↗ Un percorso sempre più verde	35
★ IL PROGETTO GREEN ROUTER	36
★ I PARTNER DELLA LOGISTICA. A TUTTO LNG	37
★ NESTLÉ VERA. UN TRENO D'ACQUA PER CAMST	38
★ VENDOR RATING. GLI ACQUISTI SOSTENIBILI	39

CONSUMO E CITTADINI

★ L'IDRATAZIONE SECONDO SANPELLEGRINO	40
★ L'ACQUA A MISURA DI MANINA	42
★ S. PELLEGRINO LA VALORIZZAZIONE DEI TALENTI	44

RICICLO, RISPARMIO, RECUPERO E RIUSO

★ CORIPET. IL BELLO DEL PET	46
★ ZERO WASTE	47
★ EDUCAZIONE AL RICICLO. I PROGRAMMI DAL 2012	
★ R-PET. L'APPROCCIO BOTTLE TO BOTTLE IN AZIONE	48
★ BIO-PET. L'INNOVAZIONE VEGETALE	49
★ ALLEANZA GLOBALE PER UN PET 100% BIO	50

INSIEME PER UNA BELLA AZIENDA

★ MESSAGGIO DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO



Quando lo scorso anno sono tornato in Italia per guidare l'azienda in cui sono cresciuto, ho avuto immediatamente la consapevolezza di trovarmi circondato da persone eccezionali per competenze, capacità e cultura d'impresa.

È a loro che ho promesso di fare del mio meglio per costruire insieme quella che io chiamo "una bella azienda".

Una bella azienda è quella in cui tutti lavorano per un disegno condiviso, che per noi vuol dire offrire alle persone prodotti sani, sicuri e capaci di contribuire al loro benessere quotidiano.

In una bella azienda conta il contributo di ciascuno: ognuno deve sentirsi responsabile della crescita comune, a prescindere dal ruolo che ricopre, dal luogo in cui lavora, dall'esperienza di cui si fa portatore.

Una bella azienda è efficiente e veloce per rispondere a sfide sempre più complesse, che richiedono un'innovazione attenta alle persone, alle comunità e all'ambiente naturale.

In altre parole, una bella azienda è quella capace di creare valore per tutti: per coloro che scelgono i nostri prodotti in centocinquanta Paesi, per i territori di cui facciamo parte e di cui facciamo conoscere le straordinarie risorse naturali in Italia e nel mondo, per la società di oggi e di domani.

”

Con questo documento
vi accompagniamo
alla scoperta del nostro
modo di lavorare,
sperando che anche
voi possiate apprezzare
ciò che insieme
facciamo per costruire
ogni giorno una
"bella azienda".

”

FEDERICO SARZI BRAGA
Presidente e Amministratore Delegato

CHI SIAMO

★ IL GRUPPO SANPELLEGRINO

Il Gruppo Sanpellegrino è una delle più grandi e importanti realtà nel settore della produzione di bevande analcoliche in Italia.

Dal 1889 porta prodotti di alta qualità alle persone e alcune delle eccellenze del nostro Paese in oltre 150 Nazioni del mondo attraverso i suoi brand.

Promozione della corretta idratazione e di stili di vita sani per gli individui e famiglie, un rapporto virtuoso con i territori che ci aiuta a crescere insieme, tutela delle risorse naturali per la società e le generazioni future: questi sono i tre elementi attorno ai quali creiamo valore per l'azienda e per i suoi interlocutori.

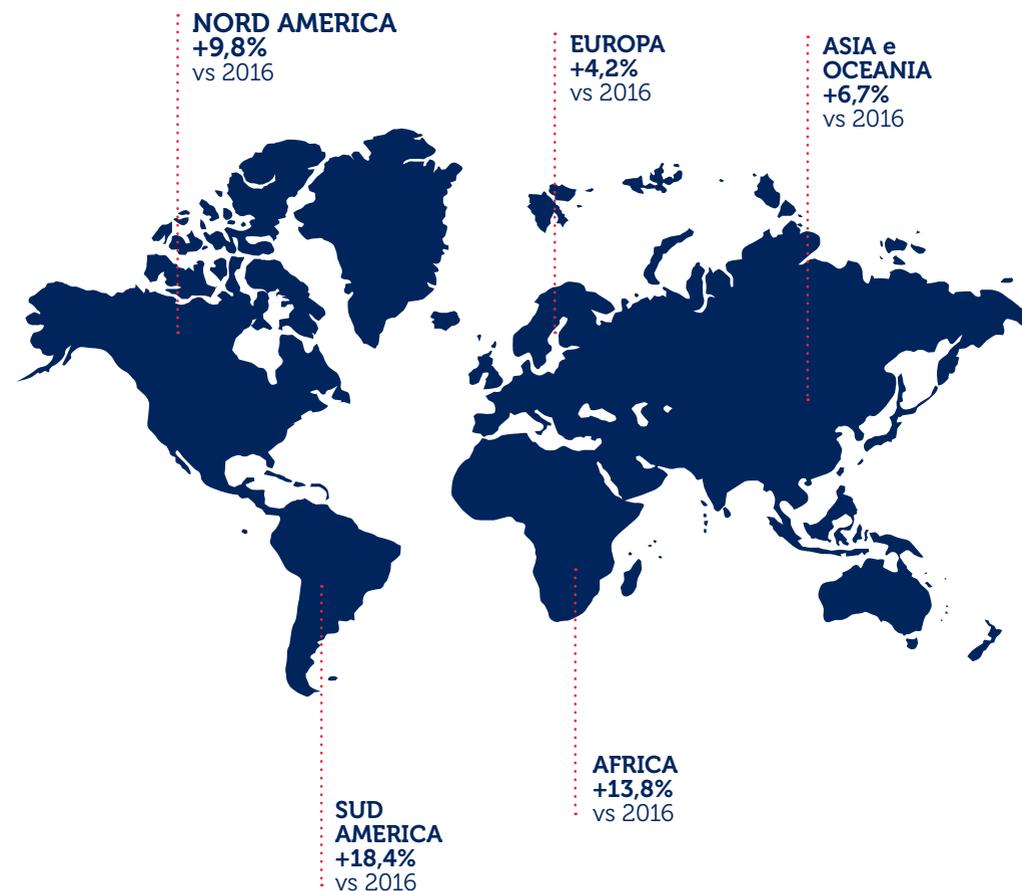
La missione dell'azienda "vive" attraverso i suoi Marchi, che condividono ogni giorno con i consumatori principi e pratiche sostenibili. Ognuno dei Brand del Gruppo ha un suo purpose, ovvero un suo modo di declinare la missione complessiva per portare valore a individui e famiglie, territori e società nel suo complesso.

FATTURATO
REALIZZATO

2017

895
milioni di euro
con 3,7 miliardi
di bottiglie
prodotte

📈 SANPELLEGRINO NEL MONDO



LA LEADERSHIP

Dal primo aprile 2018 il Gruppo Sanpellegrino - Nestlé Waters Italia guida la Regione South Europe del Gruppo Nestlé Waters.



FEDERICO SARZI BRAGA

Presidente e Amministratore Delegato
Gruppo Sanpellegrino | Regional Business Head
Nestlé Waters South Europe



GIORGIO MONDOVÌ

Head of Italian Business Unit



STEFANO MARINI

Head of International
Business Unit



GIULIANO DAL FO

Head of Finance & Control



GABRIELLA CARELLO

Head of Human Resources



TIZIANA ALBANESE

Head of Technical &
Manufacturing



MAURA SARTORE

Head of Supply Chain



STEFANIA MONTAGNER

Head of Market Program



ANTONIO PUNZIANO

Head of Public Category Affairs



MANUELA KRON

Head of Corporate Affairs

I MARCHI



S.PELLEGRINO

L'acqua ambasciatrice dell'eccellenza italiana.
Fonte: SAN PELLEGRINO TERME (BG).



BELTÈ

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



ACQUA PANNA

Il gusto della Toscana sulle tavole di tutto il mondo.
Fonte: SCARPERIA (FI).



SANBITTÈ

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



LEVISSIMA

La purezza della montagna nel cuore.
Fonte: CEPINA (SO).



GINGERINO

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



NESTLÉ VERA

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



ACQUA BRILLANTE

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



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% italiane.



NESTEA

Gusto autentico e rinfrescante con una nuova ricetta più semplice e con ingredienti selezionati. Foglie di tè provenienti dal Nilgiri, India, con certificazione Rainforest Alliance.

LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO



La distribuzione del valore aggiunto è stata calcolata secondo la metodologia sviluppata nel 2013 dal GBS - Gruppo di Studio sul Bilancio Sociale.

Il dato decrescente relativo al valore trattenuto dal Gruppo riguarda una maggiore distribuzione agli shareholder rispetto all'anno precedente.

★ LE PERSONE

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.

Il coinvolgimento diretto delle persone dell'azienda gioca un ruolo importante nell'ottenimento di questi risultati. In tale ottica, determinanti sono le politiche di genere e di work life balance, grazie ad un programma di smart working che coinvolge tutti i livelli (**con una media di 4.100 ore al mese nel 2017**).

La popolazione femminile in azienda è in aumento rispetto al 2016 a tutti i livelli organizzativi e rappresenta il 25,8% del totale (25% nel 2016).

Il Comitato di Direzione è composto per il 50% da uomini e per il 50% da donne. Il Gruppo Sanpellegrino è un'azienda mediamente giovane: **quasi il 10% della popolazione ha meno di 30 anni e oltre il 55% ne ha meno di 50**.

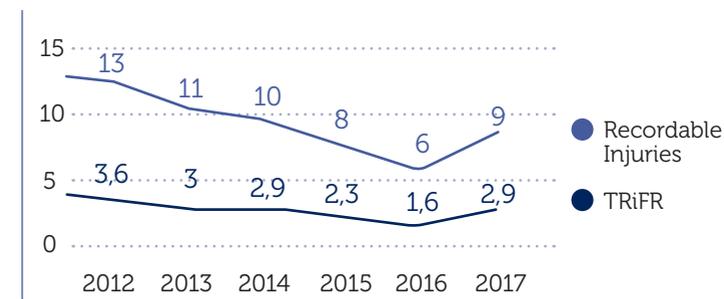
Tutta Nestlé in Italia - e di conseguenza il Gruppo Sanpellegrino - è impegnato in un grande percorso relativo ai temi della diversità e dell'inclusione. Le politiche di inclusione costituiscono un fiore all'occhiello: **nel 2017 è stato istituito uno Steering Committee** che ha organizzato sei "comunità emotive" dedicate alla disabilità, alla multiculturalità e agli orientamenti di genere (LGBTQ). Ogni gruppo di lavoro organizza iniziative ed eventi in un percorso di condivisione.

LA SICUREZZA DELLE PERSONE

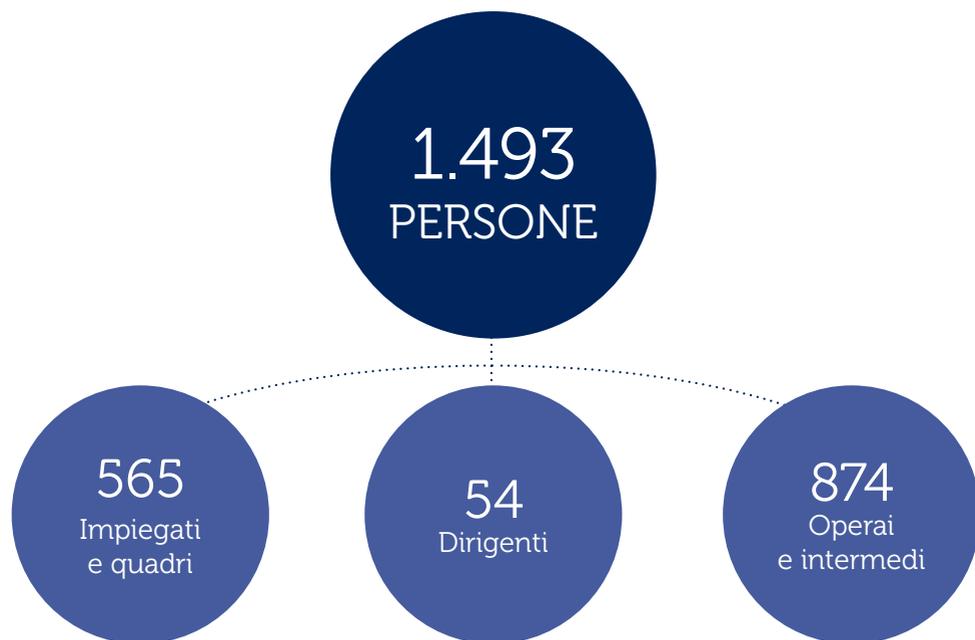
È stata confermata la certificazione **OHSAS 18001** (sicurezza e salute sul lavoro) dei 7 stabilimenti e della sede di Assago. Oltre agli incontri formativi specifici, nel corso dell'anno si sono effettuati anche degli incontri in cui è stato commentato il filmato "Istanti di Vita", girato con il contributo diretto di persone interne all'azienda. Per effettuare azioni di prevenzione, si sono coinvolti ancor più direttamente tutti i dipendenti, stimolando la segnalazione di condizioni e comportamenti insicuri e mancati infortuni.

L'ANDAMENTO DEGLI INDICI DI SICUREZZA

Nel corso del 2017 si sono verificati 9 incidenti di lieve entità, a fronte dei 6 dell'anno precedente.



LE PERSONE DI SANPELLEGRINO



EQUILIBRIO DI GENERE

25,8%

Donne sulla popolazione complessiva

74,2%

Uomini sulla popolazione complessiva

POPOLAZIONE

10%

Ha meno di 30 anni

55%

Ha meno di 50 anni

LEADERSHIP



50%
Donne tra i dirigenti



50%
Uomini tra i dirigenti

★ IL SANPELLEGRINO BOOSTING PROGRAM

Nel corso dell'anno il Gruppo ha intrapreso il Boosting Program, in collaborazione con H-Farm.

Obiettivo dell'iniziativa è innovare il modo di comunicare con il consumatore offrendo prodotti e servizi più mirati, il tutto grazie alle idee e alla creatività dei propri dipendenti.

La prima fase del percorso ha visto la realizzazione del primo H-ACK, nel corso del quale, 120 dipendenti hanno partecipato ad una maratona d'idee durata 24 ore, alla fine della quale sono stati presentati 25 nuovi progetti. "Bot-Tle", è diventato protagonista della seconda fase, il Rocket Program.

Il Gruppo Sanpellegrino insieme a H-Farm ha definito e sviluppato i diversi aspetti legati all'implementazione di un modello di business innovativo.





★ LA CIRCOLARITÀ E L'AGENDA 2030 DELLE NAZIONI UNITE

Il 25 settembre 2015 le Nazioni Unite hanno approvato l'Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile e i relativi 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals - SDGs nell'acronimo inglese) da raggiungere entro il 2030. È un evento storico che mette in evidenza come ad un modello lineare di sviluppo debba essere sostituito un approccio circolare multistakeholder che sia capace di coinvolgere tutti gli attori.

L'Agenda richiede l'unione delle forze di tutti gli attori sociali perchè si facciano promotori attivi di un nuovo modello di sviluppo, improntato a una circolarità economica capace di generare crescita sostenibile.

Il Gruppo Nestlé ha condotto un'analisi di materialità che incrocia le principali responsabilità e azioni connesse al proprio business con i temi degli UNSDGs. La declinazione degli obiettivi sul business Nestlé Waters vede un impegno prevalente sulla **Water Stewardship** (SDG 6), sulla **produzione e consumo responsabili** (SDG 12) e sullo **sviluppo socio-economico, in particolare nei nostri territori** (SDG 8).



Accesso al cibo	<input type="radio"/>																		
Sovranutrizione e malnutrizione	<input type="radio"/>																		
Marketing responsabile	<input type="radio"/>																		
Sicurezza degli alimenti e dei prodotti	<input type="radio"/>																		
Benessere degli animali	<input type="radio"/>																		
Sviluppo rurale e riduzione della povertà	<input type="radio"/>																		
Approvvigionamento responsabile e tracciabilità	<input type="radio"/>																		
Emancipazione femminile	<input type="radio"/>																		
Accesso all'acqua e a condizioni igienico-sanitarie adeguate	<input type="radio"/>																		
Gestione responsabile dell'acqua	<input type="radio"/>																		
Cambiamenti climatici	<input type="radio"/>																		
Efficienza delle risorse, sprechi alimentari ed economia circolare	<input type="radio"/>																		
Business etico	<input type="radio"/>																		
Diritti umani	<input type="radio"/>																		
Occupazione equa e occupazione giovanile	<input type="radio"/>																		
Sicurezza, salute e benessere dei lavoratori	<input type="radio"/>																		

IL MODELLO CIRCOLARE

★ THE FUTURE WE SHARE

Per un'azienda che 'coltiva' acqua, avere un approccio circolare significa considerare l'impatto ambientale e sociale di ogni passaggio della catena del valore perché questo diventi una leva di creazione di valore per sé e per tutti gli interlocutori. Ciò è reso possibile da un lato puntando alla riduzione dell'impronta ecologica sui territori nei quali opera, e dall'altro aumentando progressivamente i benefici sociali su queste aree.

Sanpellegrino da sempre cerca di offrire un prodotto capace di creare valore economico, ambientale, sociale - dalla fonte (o dall'aranceto) fino alla tavola. E oltre. Perché solo attraverso un modello efficiente e sostenibile in ogni passaggio è possibile reinvestire nella crescita e perseguire l'obiettivo finale dell'azienda, ovvero contribuire a un futuro di salute e benessere per le persone.

Questo report è, dunque, un viaggio nel ciclo di vita del Gruppo Sanpellegrino, partendo dalle fonti e dal territorio, proseguendo con la produzione e l'imbottigliamento, continuando con la logistica e i trasporti, per arrivare al consumo e chiudersi con il reimpiego del packaging.

Senza dimenticare che ogni passaggio è finalizzato all'interazione - e integrazione - con le tre grandi aree di influenza e impatto del "purpose" - ovvero della missione - del Gruppo: le persone, il territorio, la società e il Pianeta in senso ampio.

Tutte le iniziative che verranno illustrate nei capitoli successivi e che costituiscono un esempio di contributo a una nuova idea di economia improntata alla circolarità, hanno come destinatari e protagonisti gli individui, intesi come singoli o come gruppi, interni all'azienda o esterni; il tessuto socio-economico nel quale i singoli brand operano attraverso i loro stabilimenti di produzione e imbottigliamento; e la biosfera come palcoscenico in cui si muove il Gruppo Sanpellegrino nella sua interezza.



FONTI E TERRITORIO

Sanpellegrino gestisce il ciclo industriale dell'acqua nel pieno rispetto delle leggi nazionali, mantenendo costante l'equilibrio tra prelievo e ricostituzione della falda. La tutela della risorsa acqua va però ben oltre le norme, perchè l'azienda è pienamente conscia della profonda relazione tra tutela del territorio e sostenibilità delle proprie attività.

I SITI PRODUTTIVI



LA TUTELA DELL'ACQUA: I NUMERI

115

milioni di litri d'acqua risparmiati.

Equivalgono a



71 piscine olimpioniche



766.666 vasche da bagno

1,76

consumo medio per litro imbottigliato contro 1,80 nel 2014

★ DOVE NASCE LA NOSTRA ACQUA

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, oligoelementi e le caratteristiche essenziali costanti nel tempo, incluse proprietà favorevoli alla salute
- L'imbottigliamento all'origine
- Approvazione da parte del Ministero della Salute

Le acque minerali naturali si distinguono dalle acque potabili per la purezza originaria e la loro 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.

★ LA SALVAGUARDIA DELLA RISORSA IDRICA E DEL TERRITORIO

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 della composizione, le caratteristiche salubri e mantenendo costante l'equilibrio fra captazione (prelievo) e ricostituzione della falda acquifera.

La tutela della risorsa acqua all'interno del proprio territorio di appartenenza va oltre il rispetto normativo, perché l'azienda è consapevole di quanto inscindibile sia la relazione fra purezza incontaminata del territorio e sostenibilità delle proprie attività nel tempo. Le marche del Gruppo sono scelte dai consumatori perché essi riconoscono in questa risorsa caratteristiche intrinseche dei territori da cui essa proviene, sia esso l'ambiente dell'alta montagna da cui scende Levissima o la collina toscana da cui sgorga Acqua Panna.

★ ALLIANCE FOR WATER STEWARDSHIP

La certificazione Alliance for Water Stewardship è lo standard di riferimento internazionale per promuovere la gestione sostenibile della risorsa acqua nel mondo.

Lo standard AWS guida, riconosce e premia il raggiungimento di best practices in quattro aree chiave:



Nestlé Waters ha aderito nel 2017 e si impegna a certificare tutti i propri Stabilimenti entro il 2025.

In Italia il Gruppo Sanpellegrino, che ha aderito a questa iniziativa partendo dal sito produttivo Nestlé Vera di Santa Rosalia (AG), entro il 2025 coinvolgerà il resto degli stabilimenti dove vengono imbottigliate le sue acque minerali: S.Pellegrino a Sanpellegrino Terme (BG), Levissima a Cepina Valdisotto (SO), Nestlé Vera fonte In Bosco a San Giorgio in Bosco (PD), Acqua Panna a Scarperia (FI) e Nestlé Vera Naturae a Castrocielo (FR).

★ LE COMUNITÀ LOCALI

Il Gruppo Sanpellegrino da sempre sviluppa una profonda relazione con i territori in cui opera. **L'imbottigliamento di acqua minerale è un'attività che, in quanto non delocalizzabile, crea valore nelle comunità locali, generando ricadute positive in chiave economica, ambientale e sociale.**

Il Gruppo ha un ruolo attivo nella promozione economica e turistica delle aree dove sono site le fonti, che si concretizza attraverso iniziative che vengono realizzate considerando le seguenti linee guida:

- **Rilevanza per la Comunità:** i progetti rispondono a bisogni o aspettative concrete della comunità, emersi durante un processo di ascolto strutturato e costante;
- **Inclusività:** vengono privilegiati i progetti i cui benefici si estendono a un maggior numero di cittadini, puntando a coinvolgere il maggior numero di categorie sociali;
- **Sinergia:** il Gruppo cerca sempre la collaborazione con gli altri attori pubblici e privati del territorio per mettere a sistema risorse e conoscenze.

AREA DI IMPATTO	TOTALE 2017 (M euro)
Occupazione diretta sul territorio (lavoratori provenienti da un raggio > 10Km dai siti produttivi)	62,2
Forniture locali (escluse le utilities)	94,6
Imposte territoriali	4,5
Contributi alla tutela ambientale e allo sviluppo locale	1,5
Totale del valore generato sulle comunità	162,88

Il dato del 2017 è sostanzialmente in linea rispetto a quello del 2016 considerando che gli investimenti vengono erogati in modo costante anno su anno.

SITO PRODUTTIVO

INIZIATIVE 2017

NAZIONALE

Iniziative di formazione sul comparto dell'acqua minerale, sostenibilità economica, sociale e ambientale dedicate ai sindacati e alle associazioni locali di categoria.

SAN PELLEGRINO TERME (BG)

Partecipazione alla creazione di "Visit brembò", network pubblico-privato che coinvolge 37 Comuni, 5 Enti Pubblici e 3 partner privati con l'obiettivo di promuovere il patrimonio naturale, artistico ed umano della valle.

S. STEFANO QUISQUINA (AG)

Sanpellegrino supporta nell'ambito di un piano pluriennale il rifacimento dei tratti obsoleti della rete idrica del Comune di Santo Stefano Quisquina, per diminuire le perdite di acqua e migliorare l'accesso all'acqua da parte della popolazione locale.

Celebrazioni World Water Day e incontri con la comunità.

SCARPERIA (FI)

Finanziamento del restauro di Palazzo dei Vicari, celebre simbolo di Scarperia, per rendere visitabili al pubblico i camminamenti delle mura e la torre con orologio di Filippo Brunelleschi.

Partnership con Mugello Mediceo per la promozione turistica del territorio.

CASTROCIELO (FR)

Celebrazioni World Water Day e incontri con la comunità.
Supporto alla campagna di scavi del sito di Aquinum: Nestlé Vera premiata come mecenate nell'ambito del Programma Art Bonus del Ministero della Cultura.

SAN GIORGIO IN BOSCO (PD)

Celebrazioni World Water Day e incontri con la comunità.

VALDISOTTO (SO)

Partnership con Università degli Studi di Milano per la ricerca sui ghiacciai.

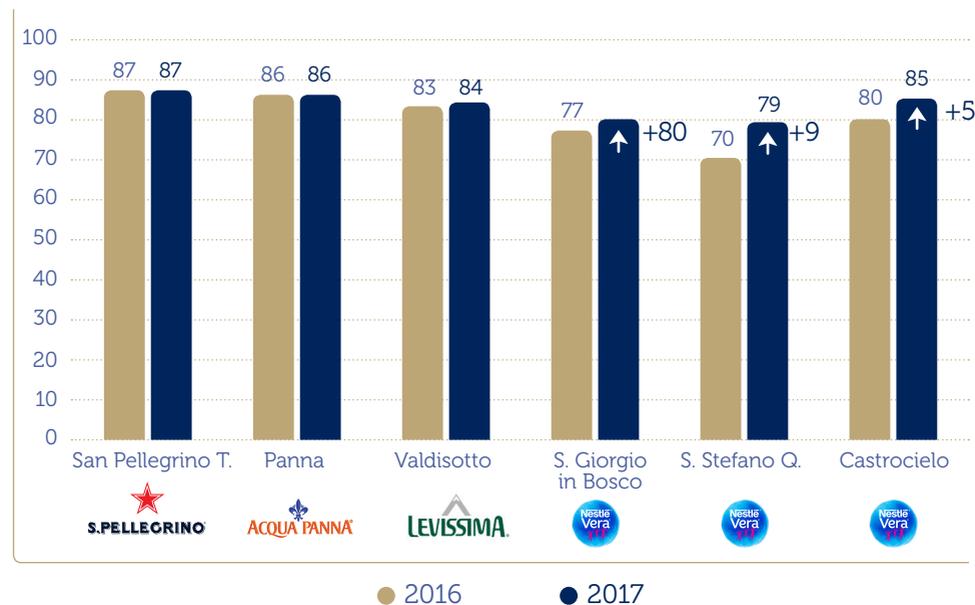
Accordo quadro con Università degli Studi di Milano e Parco Nazionale dello Stelvio per la ricerca e la valorizzazione del territorio.

★ IL COMMUNITY RELATIONS PLAN 2017

L'ascolto delle comunità in cui operiamo è fondamentale per comprenderne le esigenze e, conseguentemente, realizzare investimenti e progetti efficaci in una prospettiva di reciprocità.

L'efficacia della relazione è valutata attraverso il LAI, Local Acceptability Index, che indica il giudizio espresso dalla Comunità sull'azienda considerando 3 aree: gestione dell'acqua, impatto sull'ambiente e sviluppo socio-economico. Nel 2017 risulta stabile o in aumento in tutti i siti produttivi.

LOCAL ACCEPTABILITY INDEX





★ UNA FABBRICA CONDIVISA PER L'ALTA MONTAGNA

A partire dal 2017, Levissima ha intrapreso il rinnovamento dello stabilimento di Cepina Valdisotto. Si tratta di un investimento di **30 milioni di euro**, che ha l'obiettivo di rendere lo stabilimento più moderno, competitivo e adeguato alle crescenti esigenze di Levissima, ma anche di renderlo un vero e proprio specchio della vocazione di questa marca. **L'intero piano è infatti co-progettato con le persone di Levissima e la comunità, per realizzare una "Sharing Factory" che integra i bisogni degli individui e interagisce con stakeholder locali e nazionali.**

Tutto comincia dalle persone dello stabilimento, coinvolte in un percorso teso a rendere il loro luogo di lavoro più confortevole e funzionale, pensato per il benessere negli spazi e nei servizi offerti.

Alcune aree diventeranno poi un luogo aperto ai progetti di sviluppo territoriale e protezione ambientale che Levissima ospita: dentro lo Stabilimento - ad esempio - potranno venire a lavorare i ricercatori del dipartimento di Scienze Ambientali dell'Università di Milano, che da anni collabora con Levissima per la mappatura dello stato di salute dei ghiacciai alpini.

Altri spazi mostreranno ai visitatori le ricchezze del territorio, a partire dall'offerta naturalistica e turistica del Parco Nazionale dello Stelvio.

Infine, un percorso aperto al pubblico consentirà ai turisti che visitano Bormio e Cepina di scoprire la purezza intoccata dell'acqua Levissima, dove nasce e quanto è importante conservare l'ecosistema che la genera, grazie anche al supporto del personale del Parco Nazionale dello Stelvio, dell'Università degli Studi di Milano e del C.A.I.



PARTNERSHIP
Partnership con il Parco Nazionale dello Stelvio e l'Università degli Studi di Milano

☞ UN LABORATORIO PER PROGETTARE IL FUTURO, INSIEME

Il 29 novembre 2017 Levissima ha inaugurato un laboratorio territoriale chiamato Aim Higher Lab, per co-progettare con attori locali e nazionali un percorso di crescita verde e inclusiva, che metta al centro la Sharing Factory, ma contribuisca anche a mobilitare tutte le risorse del territorio per il turismo sostenibile, il welfare di comunità, lo sviluppo tecnologico e l'innovazione.

La prima edizione di Aim Higher Lab ha generato una serie di spunti e progetti che sono diventati un vero e proprio programma di azione condiviso, che sarà mostrato nei suoi progressi nel corso della prossima edizione dell'evento, che si terrà nell'autunno del 2018.





★ LE MATERIE PRIME

La qualità delle bibite Sanpellegrino dipende dalle materie prime utilizzate e dalla volontà di dare al consumatore un prodotto di qualità con una lista ingredienti il più possibile corta. Per questo, **Gruppo Sanpellegrino ha anticipato fin dal 2015 la normativa italiana che oggi consente solo alle bibite che hanno più del 20% di succo ad essere definite 'aranciate'**.

In questa ottica, anche la selezione e la scelta dei fornitori è fondamentale. Questi solo valutati secondo quattro pilastri fondamentali: standard di lavoro, salute e sicurezza, trasparenza ed etica del business e ambiente.

Le Aranciate Sanpellegrino, esportate in tutto il mondo, hanno una ricetta realizzata esclusivamente con arance 100% italiane.

Gli agrumi che vengono lavorati per ottenere il prodotto finale sono di origine italiana e provengono dalla Sicilia e dalla Calabria. Le aziende partner sono molteplici e con esse il Gruppo Sanpellegrino stabilisce rapporti di lungo termine. Ad esempio l'azienda agricola Castrorao, che si trova fra Paternò e Giardini Naxos in Sicilia, fornisce da oltre 60 anni in maniera esclusiva i chinotti da cui è tratta la famosa bibita. Con altre aziende agricole, come Arcoria, la relazione comprende anche il sostegno a un'agricoltura più sostenibile, grazie a investimenti di lungo termine che si traducono in innovazione tecnologica.

Altre, come Canditfrucht, lavorano con Sanpellegrino per la trasformazione e l'estrazione dei succhi, che lasciano la Sicilia sotto forma di concentrato per andare a comporre le ricette delle bibite. Nei primi mesi del 2018 un tour con un gruppo di stakeholder ha consentito di valorizzare queste relazioni, che si traducono in un contributo concreto alla crescita sostenibile dei territori di produzione.



↳ IL PROGETTO GHIACCIAI LEVISSIMA

Un team di ricercatori dell'Università degli Studi di Milano si dedica da oltre 10 anni allo studio della superficie dei ghiacciai italiani con il sostegno di Levislima. Tutti i dati raccolti attraverso immagini da satellite e foto aeree sono confluiti nel "Nuovo Catasto dei Ghiacciai Italiani", il punto di riferimento più aggiornato sullo stato di salute dei 903 ghiacciai presenti nel nostro Paese.

SOSTEGNO CONCRETO

2 stazioni metereologiche automatiche permanenti sul Ghiacciaio dei Forni: dal 2014 hanno permesso all'Italia di essere inserita in network internazionali dell'Organizzazione Meteorologica Mondiale e del programma Horizon 2020.

Strumentazione in Val Dosedè (stazione meteo a valle, sul ghiacciaio e idrometro nel torrente Dosedè).

8 sensori per la misura della temperatura della roccia installati su Cima de Piazzì: dal 2010 permettono di studiare il permafrost e la degradazione della roccia. 1 drone dal 2014 permette di eseguire periodici rilievi sul fronte e sulla superficie del ghiacciaio.

RISULTATI SCIENTIFICI

Pubblicazione dell'Atlante dei Ghiacciai Italiani.

18 ricercatori coinvolti.

20 pubblicazioni scientifiche di alto livello ogni anno.

COINVOLGIMENTO DELLE PERSONE

Dal 2016 la vendita del braccialetto Everyday Climbers sull'e-commerce finanzia il progetto. **5/6 tesi di laurea all'anno** e alternanza scuola lavoro con decine di studenti di licei su tematiche glaciologiche e climatologiche d'alta quota.

Partecipazione al dibattito europeo (2017: Helsinki e Smolence), condivisione di metodologie e dati, definizione di protocolli e linee guida. Nel 2017 i ricercatori hanno partecipato alla seconda campagna del principale progetto europeo basato in Islanda. 1 scuola internazionale sulla misura e modellazione della neve (Bormio, Marzo 2018).

PRODUZIONE E IMBOTTIGLIAMENTO

Tutti i processi di produzione e imbottigliamento dei prodotti Sanpellegrino mirano a ridurre al massimo l'impatto ambientale delle attività secondo un'ottica "zero waste": **questo significa tendere a una corrispondenza fra acqua prelevata e acqua imbottigliata, ridurre i consumi energetici privilegiando le fonti alternative.**

★ SOSTENIBILITÀ. MENO È MEGLIO

Ottimizzazione del ciclo produttivo e miglioramento organizzativo si traducono in maggior efficienza dell'utilizzo delle risorse energetiche, riduzione degli sprechi e maggiore sicurezza sul lavoro.

Questo significa riduzione progressiva dell'impatto socio-ambientale a livello di Gruppo.



★ EFFICIENZA ENERGETICA

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).**

Per quanto riguarda i siti produttivi, c'è stato un miglioramento continuo che ha consentito anche quest'anno una riduzione importante delle emissioni climalteranti e in particolare della CO₂, diminuite del 50% dal 2010 al 2017.

📈 EMISSIONI CLIMALTERANTI



Grammi di CO₂ per litro di acqua imbottigliato.



S.PELLEGRINO

★ FLAGSHIP FACTORY

La Flagship Factory di S.Pellegrino è stata concepita per contribuire attivamente alla valorizzazione turistica della Val Brembana, la valle delle Alpi occidentali da cui sgorga S.Pellegrino.

Sviluppata a partire dal progetto dell'architetto danese Bjarke Ingels, la nuova "casa" di S. Pellegrino prevede un investimento di 90 milioni di euro. Costituirà un rinnovamento di quella esistente, rendendo la fabbrica parte ancora più integrante della natura circostante, quasi affiorando dal terreno e diventando tutt'uno con il territorio.

Ciò è possibile grazie all'utilizzo dell'arco, che si ispira agli acquedotti romani ma anche alle volte a botte delle cantine più prestigiose per simboleggiare la preziosità dell'acqua.

Una forma che BIG, lo Studio di Architettura incaricato del Progetto, ha riconosciuto come elemento dominante del paese di Sanpellegrino Terme e che ha scelto come forma predominante, che abbatte la tradizionale divisione tra linee di produzione ed uffici, consentendo anche, sotto forma di pergolati verdi e tunnel coperti, di avere diversi punti di osservazione sul paesaggio, annullando la frattura tra interno ed esterno.

I visitatori e i dipendenti potranno essere ancora più vicini agli elementi naturali: un vero e proprio museo dell'acqua a cielo aperto con al centro un Experience Lab, gigantesca riproduzione ecologica che sintetizza in pochi metri il viaggio trentennale dell'acqua.





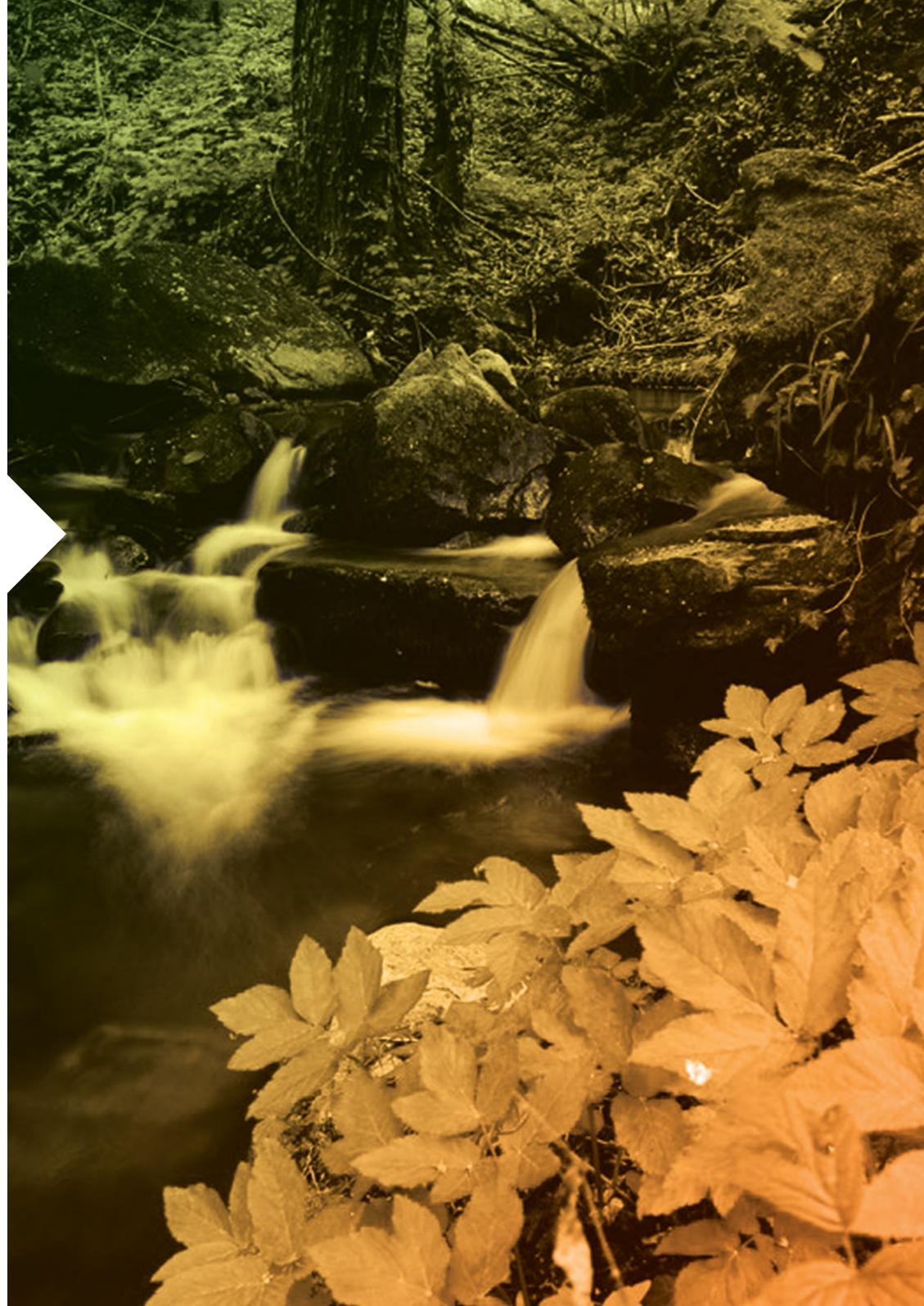
★ HERITAGE E BIODIVERSITÀ

Acqua Panna scorre in una delle tenute più spettacolari dell'Italia Centrale. Prende infatti il nome da Villa Panna, ex tenuta di caccia dei Medici che l'architetto Michelozzo trasformò in una villa (alla latina) dedita ad allevamento e agricoltura. Sono trascorsi più di 500 anni e la funzione della tenuta, che misura oltre 1.300 ettari, non è cambiata.

Presso l'azienda agricola, infatti, viene praticata l'agricoltura biologica certificata, che serve esclusivamente per l'alimentazione della ricca fauna che popola la riserva.

La villa è infatti al centro di un'area faunistica protetta che punta ad accrescere la biodiversità del territorio attraverso la tutela degli ambienti naturali e la reintroduzione di colture originarie.

In questa prospettiva, minimizzare l'impatto ambientale della produzione è di grande rilevanza: Acqua Panna lo fa attraverso, ad esempio, l'utilizzo di LNG (gas naturale liquefatto) come fonte energetica esclusiva per ridurre le emissioni di gas serra e, più in generale, l'inquinamento locale.



TRASPORTI E LOGISTICA

Nella logistica il Gruppo persegue una strategia sistemica che si concretizza in:



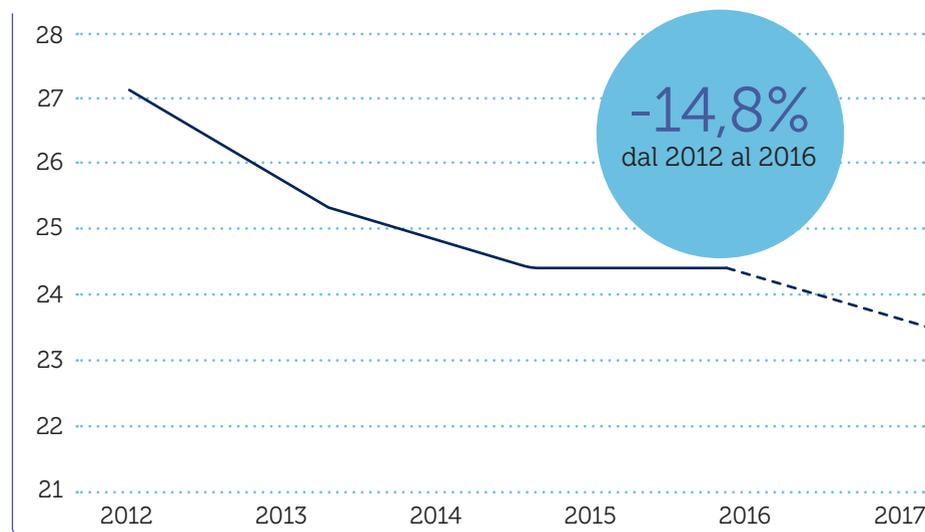
Da sempre il Gruppo Sanpellegrino privilegia l'utilizzo dei trasporti su rotaia, grazie ad un rapporto consolidato con Mercitalia Logistics SpA, tanto che l'azienda costituisce il più grande cliente diretto di Trenitalia nel largo consumo.

La percentuale legata al trasporto a mezzo treno e nave nel 2017 è stata del 36%, una percentuale inferiore all'anno precedente, che corrisponde però a un accorciamento delle tratte medie trasportate, grazie all'entrata in funzione a pieno regime dello Stabilimento di Castrocielo.

Sempre nel 2017 sono proseguiti i progetti che prevedono l'utilizzo di mezzi alimentati a LNG, il combustibile fossile più "green" e la terza fonte di energia a livello globale.

Il prossimo passaggio sarà da un lato l'estensione del progetto LNG oltre il perimetro di competenza aziendale, tramite partnership con i clienti chiave (ad esempio la grande distribuzione) con i quali condividere la flotta LNG; dall'altro l'ampliamento dei progetti di logistica sostenibile ad altri territori di presenza dell'azienda.

UN PERCORSO SEMPRE PIÙ VERDE



Grammi di CO₂ per litro di acqua trasportato.

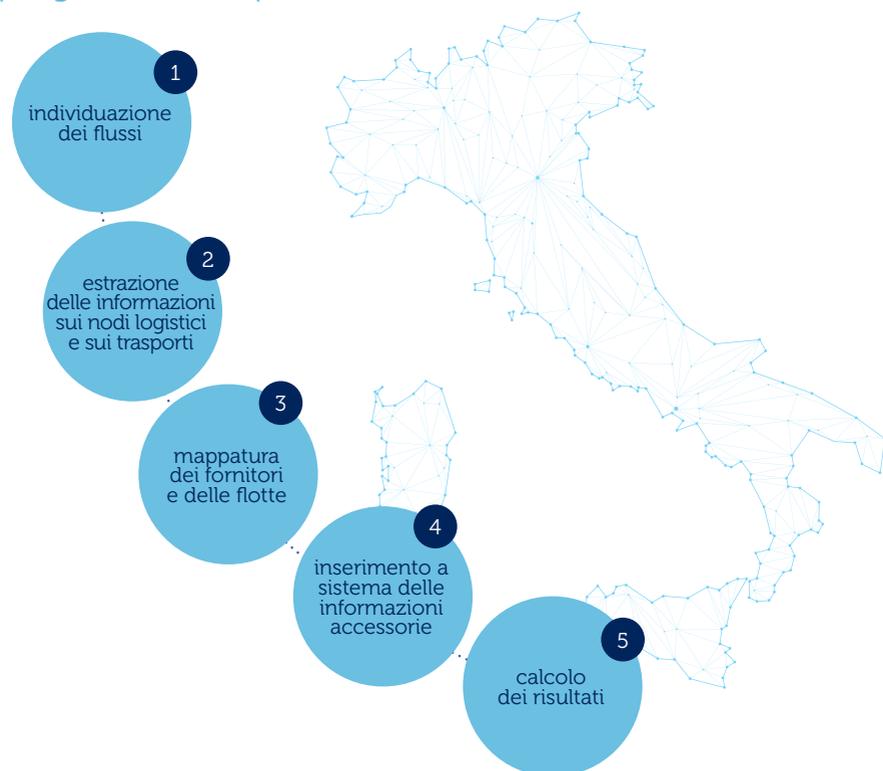
Dal 2012 a oggi è diminuita l'anidride carbonica emessa per ogni litro d'acqua trasportato dal Gruppo Sanpellegrino.

★ IL PROGETTO GREEN ROUTER

Nei primi mesi del 2018 è stata completata anche la fase pilota del progetto Green Router, con lo scopo di misurare le emissioni di CO₂ del canale logistico in uscita e, conseguentemente, ottimizzare i flussi e le modalità logistiche in ottica di riduzione dell'impatto ambientale. **La fase pilota del progetto si è concentrata sul caso Levissima, analizzata in tutti i suoi trasporti 2017.**

In particolare, l'utilizzo sistematico della ferrovia ha consentito nell'anno di evitare di emettere in atmosfera 8.268 tCO₂e, che equivalgono alle emissioni medie di **591 famiglie** in un anno; l'utilizzo di carburante LNG (Gas Naturale Liquefatto), inoltre, ha permesso di produrre **-15%** di CO₂, **-70%** NOx (ossidi di azoto), **-99%** di polveri sottili e **-5** decibel di inquinamento acustico.

Il progetto si compone di 5 fasi:



★ I PARTNER DELLA LOGISTICA. A TUTTO LNG

LNG sta per Gas Naturale Liquefatto e rappresenta l'ultima frontiera di carburanti di origine fossile a ridotto impatto ambientale: se paragonato ad un veicolo a diesel, uno a LNG può consentire una riduzione delle emissioni di anidride carbonica fino al 15%. Inoltre, sempre nel confronto col veicolo a gasolio, può ridurre quasi a zero le emissioni di particolato, anche sottile e diminuire fino al 90% le emissioni di NOx (fonte: NGV Italy).

Proprio per sfruttare al meglio le potenzialità di questo carburante, Levissima e Gruppo Maganetti, leader logistico della provincia di Sondrio, hanno creato il progetto LNG.

Due imprese hanno promosso l'infrastrutturazione del territorio attraverso l'apertura di una stazione di rifornimento dedicata.

Per garantire la scalabilità del modello è fondamentale la strutturazione di una rete di partenariato che coinvolge soggetti pubblici e privati e che ha trovato in Valtellina un contesto particolarmente virtuoso.

Nel giro di un anno e mezzo un progetto aziendale si è trasformato infatti in un progetto territoriale: oggi una trentina di realtà valtellinesi sono state coinvolte in un'iniziativa che ha un budget per le infrastrutture a regime di **4 milioni di euro**.

I 12 veicoli Levissima che hanno inaugurato il progetto, nei prossimi 5 anni, avranno un impatto ambientale complessivo inferiore a quello dell'uso di un singolo truck euro 6. E non sono più soli: a fine 2017 la percentuale di camion a LNG è pari a ¼ dell'intera flotta del Gruppo con **36 mezzi** e 10 già ordinati.

In un approccio circolare, l'utilizzo di un giusto mix di fonti energetiche rinnovabili e pulite è un fattore di successo. Oggi una nuova frontiera è rappresentata dal biogas e anche su questo si concentreranno gli sforzi dei partner per il futuro.

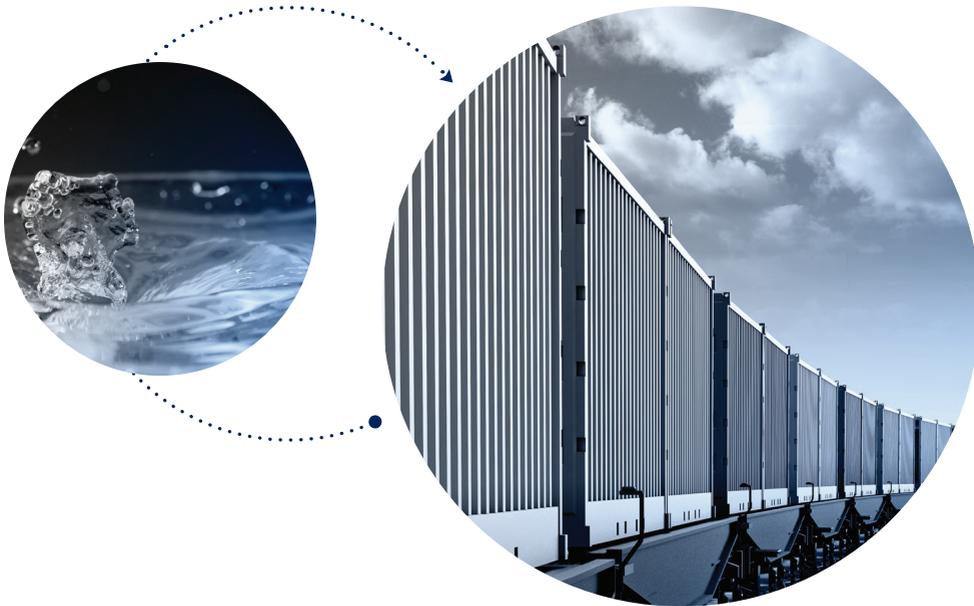




★ UN TRENO D'ACQUA PER CAMST

Uno dei progetti di punta è "Sostenibilità insieme", che raccoglie Sanpellegrino, CAMST - leader nella ristorazione collettiva - Interporto di Padova, Interporto di Bologna e, appunto, Trenitalia Cargo.

L'iniziativa, sviluppata per trasportare su rotaia l'acqua minerale Nestlé Vera su una tratta di 140 km, generalmente coperta da gomma, permette di trasportare via treno l'equivalente di circa 500 autotreni l'anno con un risparmio pari a **66,5 tonnellate** di CO₂. Questo significa ridurre del 78% le emissioni di gas serra e del **74%** i consumi energetici.



★ VENDOR RATING. GLI ACQUISTI SOSTENIBILI

Il Gruppo Sanpellegrino ha un sistema di gestione della catena di fornitura sostenibile che parte dalle materie prime, come gli agrumi utilizzati per le bibite e culmina con progetti innovativi di logistica green.

La certificazione SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange) richiede ai propri ai fornitori di aderire a una serie di pratiche di responsabilità sociale ed ambientale, valutandole sulla base dei criteri che assicurano la creazione di valore condiviso.

Il Gruppo Sanpellegrino si è aggiudicato il premio "Vendor rating e acquisti sostenibili 2017" assegnato nel corso dell'ultimo Forum Compraverde, promosso dalla Fondazione Ecosistemi.

È stata apprezzata la strategia di fornitura orientata alla sostenibilità, ovvero l'attenzione alla garanzia dei migliori standard ambientali, sociali ed etici su tutti gli acquisti relativi ai nostri prodotti, dalle materie prime agricole delle nostre bibite al PET.

Una particolare menzione è stata attribuita alla nostra logistica sostenibile, con gli innovativi progetti di trasporto LNG sviluppati insieme ai partner.





CONSUMO E CITTADINI

Il Gruppo Sanpellegrino promuove la corretta idratazione, in particolare per i bambini e le famiglie.

Nel 2017 i messaggi su questo tema hanno potuto raggiungere un pubblico molto ampio, sia attraverso l'attività di una piattaforma multistakeholder di tipo istituzionale, sia mediante l'impegno di Nestlé Vera per un'idratazione non solo corretta, ma divertente, per i bambini.

Le partnership con associazioni scientifiche come l'Associazione Nazionale Dializzati e Trapiantati, la Federazione Mondiale del Termalismo e della Climatoterapia e la Società Italiana di Pediatria Preventiva e Sociale hanno consentito di coinvolgere e sensibilizzare esperti e opinion leaders.

★ L'IDRATAZIONE SECONDO SANPELLEGRINO: I RISULTATI DELL'IMPEGNO

Con il sostegno del Gruppo Sanpellegrino, la Società Italiana di Pediatria Preventiva e Sociale (SIPPS), ha sviluppato nel 2016 il primo decalogo italiano per la corretta idratazione dei bambini, presentato nel corso dello stesso anno a 10.000 pediatri.

Nel 2017 i pediatri raggiunti sono stati **18.000**. Il decalogo è stato inoltre oggetto di sessioni specifiche presso i convegni SIPPS, che si sono tenuti nella primavera del 2017 e del 2018.

L'**Osservatorio Sanpellegrino**, che rappresenta un gruppo di esperti in discipline diverse e che contribuisce alla diffusione di informazione medico-scientifica sulla corretta idratazione, insieme al portale Hydration Lab e il magazine "In a Bottle", ha raggiunto nel 2017 **700.000 sessioni** di lettura (rispetto alle 120.000 del 2016) e ha coinvolto l'opinione pubblica con **1.700 articoli** (rispetto ai 700 pubblicati nel 2016).

Il magazine "In a Bottle" incrementa il valore dell'acqua minerale e rafforza la reputazione del Gruppo Sanpellegrino coinvolgendo giornalisti, stakeholder e consumatori con contenuti di valore.





★ L'ACQUA A MISURA DI MANINA

Nestlé Vera ha promosso un'idratazione non solo sana, ma anche divertente, per i bambini italiani, a partire dal prodotto stesso. **Nestlé Vera Kids**, il formato 25 cl maneggevole e con tappo 100% sicuro e anti-goccia, si è presentata in un'edizione "Happy Nights" con tappo ed etichetta fosforescente, tesa a promuovere un consumo indipendente d'acqua anche nelle ore notturne.

Nestlé Vera Happy Nights è stata presentata nell'aprile 2017 al Museo dei Bambini di Milano, di cui è acqua ufficiale, con un evento che ha coinvolto famiglie, blogger e influencer e ha permesso di comunicare l'importanza della corretta idratazione a **oltre 170.000 persone**.

Il progetto Hydration@School, giunto alla sua quarta edizione, ha raggiunto ormai oltre **350.000 studenti** delle scuole elementari.

I numeri raggiunti sommando le quattro edizioni sono lo specchio di un successo che non conosce crisi: **194.048 alunni partecipanti**, **8.821 classi aderenti**, **54.000 insegnanti informati** (di cui 3.515 aderenti), **27.000 scuole informate** (di cui 1.977 quelle aderenti) ed un totale di **3.500 kit** prodotti e distribuiti.

Al MUBA di Milano, inoltre, Nestlé Vera realizza un ciclo di laboratori destinati sia alle famiglie che alle classi: installazioni di gioco sul tema dell'idratazione per bambini delle scuole primarie di primo grado, ma anche 35 attività espressamente concepite per il divertimento delle famiglie.

Il percorso "H2Otto – idratarsi è facile come bere un bicchier d'acqua" ha offerto un'esperienza educativa divertente e di qualità a oltre **3.000 bambini** e **500 classi**. La campagna "È sempre l'ora giusta per bere acqua", ha utilizzato tutti i canali del brand per raggiungere oltre **2 milioni di bambini e famiglie**, attraverso iniziative che hanno coinvolto i principali clienti e tutti i canali di distribuzione. Nel corso dell'estate, ad esempio, la campagna ha raggiunto le spiagge della Romagna, dove sono stati distribuiti oltre 10.000 "braccialetti della corretta idratazione".



Con la nuova campagna di comunicazione nata nei primi mesi del 2018, Nestlé Vera ha avviato attività e partnership a 360°.

Il 26 e il 27 maggio, ad esempio, si è tenuta la prima tappa del **Nestlé Vera Village** sul Lungomare Caracciolo di Napoli, dove oltre **3.000 bambini** hanno scoperto divertendosi nelle 4 postazioni di gioco create ad hoc, che cosa significa "corretta idratazione".

Una nuova partnership è quella con **National Geographic Kids**: grazie a questa collaborazione sono state ideate 6 bottigliette d'acqua Nestlé Vera, ognuna di loro con un animale rappresentato e un diverso messaggio sulla corretta idratazione. I contenuti creati insieme a National Geographic Kids hanno un linguaggio familiare ai bambini e coinvolgono i loro animali preferiti, cosicché i più piccoli possano imparare sin dalla tenera età perché l'acqua è un elemento così importante.





S.PELLEGRINO

★ LA VALORIZZAZIONE DEI TALENTI

Per essere considerati dei fuoriclasse in cucina la passione non basta. Ciò che fa la differenza è il talento, soprattutto durante una competizione.

Valorizzarlo è uno dei modi attraverso cui S.Pellegrino, ambasciatore del Made in Italy nel mondo, crea valore. Attraverso lo studio, l'applicazione, l'entusiasmo, la capacità di percorrere strade alternative e pensare fuori dagli schemi.

S. Pellegrino Young Chef è un'iniziativa partita nel 2015, che ha come obiettivo quello di eleggere il miglior chef under 30 tra migliaia di candidati internazionali.

La terza edizione è iniziata a Gennaio del 2017 e si è conclusa a maggio 2018. A meritarsi la vittoria è stato Yasuhiro Fujio, il giovane giapponese che ha conquistato la giuria nota come i "sette saggi", quest'anno composta da chef di fama mondiale tra cui Annie Féolde, Virgilio Martinez, Paul Pairet, Brett Graham, Ana Ros, Dominique Crenn e Margarita Forés.



Sanpellegrino Campus, ha l'obiettivo di contribuire alla crescita formativa e professionale degli studenti e dei neolaureati italiani, premiando il merito, potenziando le conoscenze e fornendo gli strumenti adatti per competere nel mondo del lavoro.

Con il Sanpellegrino Made in Italy Campus sono state coinvolte 3 Università e circa 110 studenti.

Le bibite Sanpellegrino sono poi state oggetto di un contest creativo sviluppato dagli studenti di Interior Design dell'Istituto Europeo di Design.

Gli studenti del Master Food & Wine Communication dell'Università IULM hanno sviluppato idee innovative e creative che, partendo dai touchpoints digitale di **Acqua Panna-S.Pellegrino**, potessero sviluppare coinvolgimento tra i consumatori e tra gli chef.

Gli studenti del Master in Marketing Management dell'Università Cattolica di Milano si sono infine impegnati in un project work sulla comunicazione digitale per valorizzare il nuovo cocktail **SANSET** di Sanbitter.

Per quanto riguarda Maestri di Mestieri, il piano di alternanza scuola - lavoro che coinvolge la sede e gli Stabilimenti del Gruppo, quasi **780 studenti** hanno partecipato al programma.





RICICLO, RISPARMIO, RECUPERO E RIUSO

Il tema del fine vita dei prodotti è sempre più rilevante e centrale in un approccio circolare all'economia. Per questo il Gruppo lavora a monte e a valle della filiera con una visione olistica che mira contemporaneamente a ridurre l'imnesso al consumo, sensibilizzare i cittadini sulla corretta raccolta differenziata, aumentare le performance di riciclo e trovare materiali alternativi.

★ CORIPET. IL BELLO DEL PET

Migliorare qualità e quantità della raccolta delle bottiglie in PET **post-consumo**. Questi gli scopi di **Coripet**, consorzio volontario per il recupero e l'avvio a riciclo dei contenitori in PET per liquidi alimentari, formato da 5 aziende produttrici di acque minerali e bevande analcoliche, tra cui il Gruppo Sanpellegrino e 3 aziende di riciclo di PET (c. il 75% del mercato di riferimento) che, ad Aprile 2018, ha ottenuto dal Ministero dell'Ambiente il via libera a operare autonomamente nella gestione del riciclo delle bottiglie PET.

Il modello proposto da Coripet è quindi espressione vera di quella economia circolare auspicata da più parti come indispensabile per la sostenibilità del Pianeta. Il fine è trasformare un potenziale rifiuto in risorsa e immetterlo nuovamente nel ciclo produttivo attraverso due modalità: da un lato integrandosi nell'attuale sistema di raccolta e selezione tramite accordi con l'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani e gli impianti di selezione e, dall'altro, installando eco-compattatori presso i supermercati o gli altri soggetti interessati. Il sistema è stato sperimentato con successo in Lombardia, Piemonte e Campania.

L'obiettivo è sfidante: recuperare dal primo anno almeno il 60% del PET immesso sul mercato attraverso i prodotti venduti dalle aziende consorziate per poi mirare a raggiungere entro il 2025 il 90%.



★ ZERO WASTE.

In un'ottica di progressiva riduzione dei rifiuti in chiave di sistema, il primo passo deve essere compiuto partendo dai siti produttivi e dai processi industriali.

Nel 2017, il Gruppo Sanpellegrino ha avviato al riciclo, al riuso o al compostaggio oltre il 90% dei rifiuti prodotti nei siti produttivi nell'ambito del piano Zero Waste for Disposal, grazie ad una attenta selezione alla raccolta ed alla ottimizzazione della filiera.

★ EDUCAZIONE AL RICICLO. I PROGRAMMI DAL 2012

Il Gruppo è da sempre impegnato nell'educare i cittadini e le nuove generazioni a una corretta gestione della raccolta differenziata.

"Io faccio la differenza" si occupa dal 2012 di promuovere la raccolta differenziata del PET sulle piste da sci dell'alta Lombardia. Attraverso il posizionamento di bidoni personalizzati nelle adiacenze di rifugi e impianti di risalita, il progetto vuole coinvolgere direttamente sia il pubblico, informandolo sull'importanza del recupero della plastica, sia gli attori locali a partire da istituzioni, bar e rifugi, scuole di sci e impianti di risalita.

A partire dal 2012, la campagna educativa **R-Generation** ha coinvolto gli alunni delle scuole primarie delle principali città italiane come Milano, Torino, Firenze, Roma e Napoli. Ai bambini è stato proposto un concorso itinerante pensato per stimolare la loro sensibilità sull'importanza del PET, su come utilizzarlo e smaltirlo nel modo corretto.

★ R-PET. L'APPROCCIO BOTTLE TO BOTTLE IN AZIONE

Tre sono le strade per ridurre l'impatto ambientale nel packaging: ridurre il peso degli imballaggi, salvaguardando la qualità del prodotto; utilizzare materiale riciclato (oltre che riciclabile) e puntare su materie prime di origine vegetale. L'approccio più coerente, avviato dal Gruppo, è il giusto mix tra i tre aspetti.

Lavorando sul cosiddetto 'light weighting', dal 2008 sono state risparmiate 6.000 tonnellate di PET.

Il Gruppo Sanpellegrino è stato il primo in Italia a utilizzare il PET riciclato aumentando progressivamente l'impiego.



★ BIO-PET. L'INNOVAZIONE VEGETALE

L'acqua Levissima è simbolo di purezza. Per questo da sempre è impegnata a favore dell'ambiente, nella ricerca e nello sviluppo di materiali ecosostenibili, come la plastica vegetale.

Dopo anni di ricerca e impegno per l'ambiente, Levissima è stata la prima a utilizzare un **BIO-PET di origine vegetale**, che nasce dalla lavorazione della canna da zucchero per offrire una bottiglia leggera, infrangibile, perfettamente igienica e adatta anche al gasato.

Un packaging 100% riciclabile e riutilizzabile.



★ ALLEANZA GLOBALE PER UN PET 100% BIO

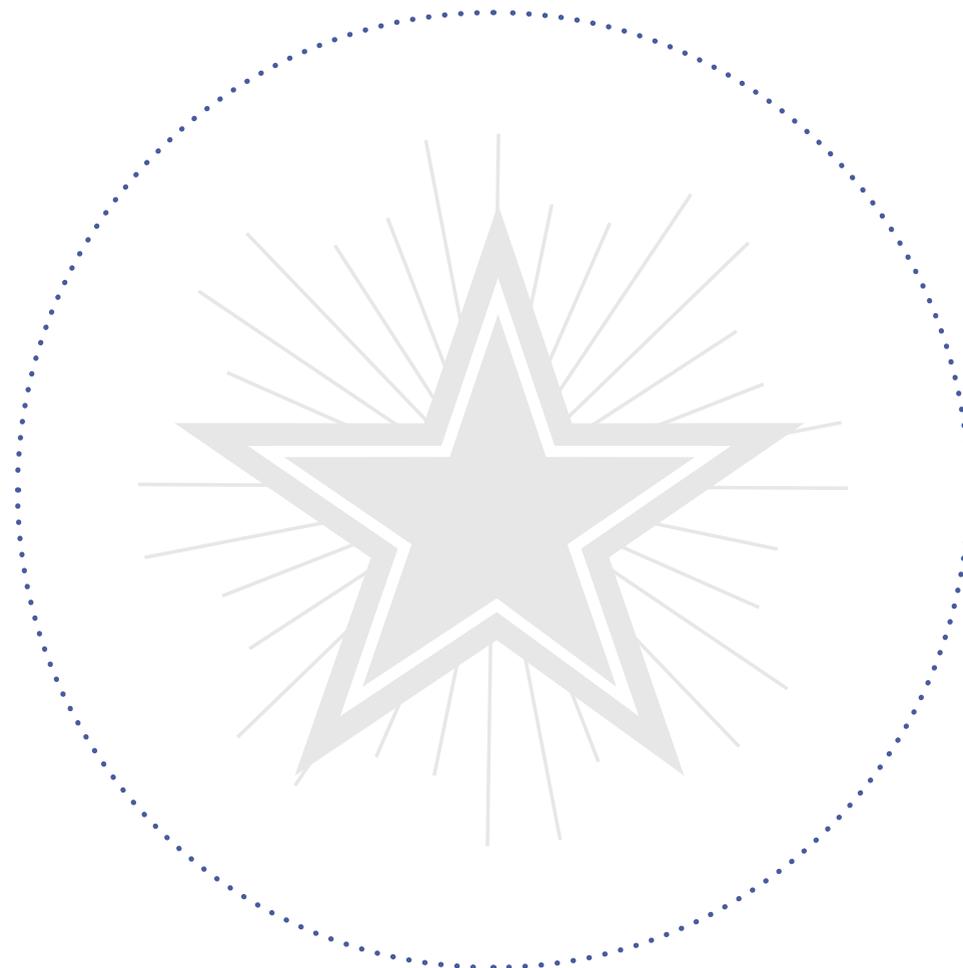
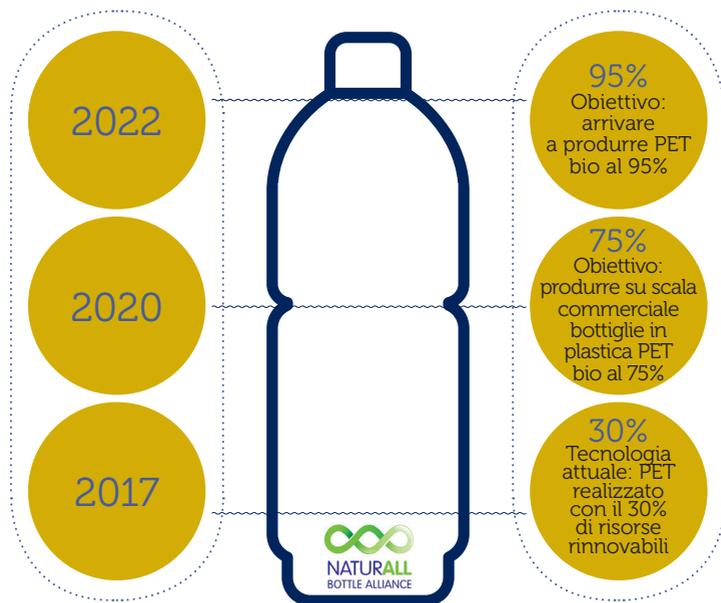
Danone e Nestlé Waters, le due aziende leader nel settore dell'acqua in bottiglia nel mondo, hanno unito le forze con ORIGIN Materials - azienda biotecnologica californiana - dando vita a NaturALL Bottle Alliance.

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%.





SANPELLEGRINO
GRUPPO