

COMUNICATO STAMPA

GRUPPO SANPELLEGRINO: FATTURATO DI 893 MILIONI DI EURO NEL 2020

- **Nonostante l'impatto della pandemia globale, che ha costretto a prolungate chiusure nell'HoReCa, è stato moderato il calo dell'export (-2,8%) che rappresenta il 64% del fatturato complessivo del Gruppo.**
- **Performance positive di S.Pellegrino negli USA (+8,5%), primo mercato del brand e successo per le innovazioni. Crescita dell'export in Russia (+27,7) e Cina (+28%).**
- **In Italia calo dell'out of home causato dalla pandemia di Covid-19, con contrazione del business dell'azienda, compensata parzialmente dalla crescita dell'e-commerce (+36%) e dalla tenuta del canale retail.**
- **Campagna internazionale a supporto della comunità gastronomica, con prodotti omaggio per un valore di 1 milione di euro alle imprese italiane della ristorazione che hanno reso l'acqua S.Pellegrino un'icona italiana nel mondo.**

Milano, 20 maggio 2021 – Giro d'affari di **893 milioni di euro** per Sanpellegrino, azienda di riferimento nel settore delle acque minerali e delle bibite non alcoliche, con **più di 3,5 miliardi di bottiglie prodotte** nel 2020. Un risultato che ha visto una **flessione di solo l'8,1% a valore** del fatturato, nonostante il crollo del fuori casa dovuto alla pandemia di Covid-19 e alle conseguenti chiusure imposte al settore, un calo compensato parzialmente dalla crescita dell'e-commerce. Una sostanziale tenuta, invece, dei brand S.Pellegrino e Acqua Panna sul **mercato estero** che **rappresenta il 64% del fatturato** complessivo dell'azienda. Nello specifico, il brand Sanpellegrino (acqua + bibite) ha chiuso il 2020 con fatturato in linea al 2019, anno in cui la crescita si era attestata sul 6,3%.

Nel 2020 il fatturato di Sanpellegrino **legato all'export si è attestato sui 573 milioni di euro** registrando un lieve **calo del 2,8%** rispetto all'anno precedente, a fronte della crescita a doppia cifra che si era verificata nel 2019. Nonostante le ricadute della pandemia da Covid-19 sull'out of home, Sanpellegrino ha conseguito sui mercati internazionali performance migliori rispetto a quelle dell'intero **comparto delle acque minerali** che, secondo l'Osservatorio "Mineral Water Monitor" di Nomisma ha subito una **battuta d'arresto dell'11%** (a valore) nelle vendite oltre frontiera.

L'export di Sanpellegrino è cresciuto principalmente negli **Stati Uniti**, primo mercato del Gruppo, trainato dall'acqua minerale **S.Pellegrino (+8,6%)** e dalle **bibite (+13,7%)**, in **Russia** dove i due brand hanno fatto registrare complessivamente un **+27,7%** e in **Cina** dove l'incertezza legata al virus è diminuita e c'è stato un **incremento dell'80% delle vendite di Acqua Panna**.

A questi dati si aggiungono quelli conseguiti sul **mercato italiano** nel quale l'azienda ha espresso un **fatturato di 320 milioni di euro**. Nonostante un'importante fetta del business di Sanpellegrino sia legata all'out of home, pesantemente colpito dagli effetti della pandemia (-38%¹), **il gruppo ha visto una flessione del 16%, parzialmente compensata dalla tenuta del canale retail e dall'incremento dell'e-commerce (+36%)**. I consumatori hanno, inoltre, confermato l'apprezzamento per brand come **Levissima** che è cresciuta in quote di mercato e ha registrato un incremento a **volume dell'1%** e per **S.Pellegrino** e **Acqua Panna**, che hanno visto un incremento a volume del **3%**.

¹ Fonte: dati sul calo dell'out of Home in Italia derivano da elaborazioni Trade Lab e Formind

Sanpellegrino nel 2020 è anche scesa in campo con azioni concrete a fianco della comunità gastronomica per sostenere i ristoranti italiani e internazionali con il progetto **#SupportRestaurants**, che si proponeva di contribuire a ristabilire un clima di serenità e fiducia dopo la riapertura delle attività a maggio dello scorso anno, affinché le persone ritrovassero il piacere della buona tavola, in piena sicurezza. Oltre a stimolare con questa campagna un movimento per ridare energia al mondo della ristorazione, in Italia, il Gruppo si è impegnato a **sostenere - con prodotti omaggio per un valore di 1 milione di euro** - alcune delle imprese della ristorazione che hanno reso l'acqua S.Pellegrino un'icona italiana offrendo un contributo concreto per gestire i bisogni economici immediati e porre le basi per ripartire.

*“Sono orgoglioso di come le persone del Gruppo Sanpellegrino abbiano conseguito importanti risultati anche nel 2020, contenendo l'impatto negativo della pandemia sul business e mostrando grandissima vicinanza e sostegno ai clienti, soprattutto del settore HoReCa pesantemente colpito dalla Pandemia. - ha dichiarato **Stefano Marini, Amministratore Delegato del Gruppo Sanpellegrino** - I risultati 2020 sono stati infatti influenzati, soprattutto in Italia, della contrazione dell'ho.re.ca. legata al calo dei consumi, durante il lockdown imposto dall'emergenza Covid-19. Le vendite sui mercati internazionali hanno, invece, tenuto, trainate dall'apprezzamento dei nostri prodotti, sinonimo dell'eccellenza del made in Italy e dello stile di vita italiano sulle tavole di tutto il mondo. All'estero si è registrato un aumento delle vendite del 2% in Giappone, dell'8,5% negli Stati Uniti, con punte del 27,7% in Russia e del 28% in Cina. Particolarmente apprezzata negli Stati Uniti anche Essenza, la nuova linea di acque aromatizzate che nel mercato americano ha realizzato l'80% delle vendite globali'. I dati dei primi mesi del 2021 delineano un trend positivo: ci sono tutte le premesse e siamo fiduciosi di continuare a crescere.”*

SANPELLEGRINO

Sanpellegrino è l'azienda di riferimento nel campo del beverage non alcolico in Italia, con acque minerali, aperitivi analcolici e bibite. I suoi prodotti, sintesi di benessere, salute ed equilibrio, sono presenti in oltre 150 Paesi attraverso filiali e distributori sparsi nei cinque continenti.

Da sempre impegnata per la valorizzazione di questo bene primario per il Pianeta, Sanpellegrino lavora con responsabilità e passione per garantire a questa risorsa un futuro di qualità. Un impegno che passa anche attraverso l'“educazione all'idratazione” con un programma che promuove i principi di benessere psico-fisico legati al corretto consumo di acqua, a seconda delle diverse esigenze e stili di vita.

Sanpellegrino vuole, inoltre, contribuire con azioni concrete a contrastare il riscaldamento globale intervenendo su quattro aree chiave del proprio business: la produzione, il packaging, la logistica e il capitale naturale. Il primo passo sarà annullare entro il 2022 le emissioni dei brand internazionali, S.Pellegrino, Acqua Panna e bibite Sanpellegrino per poi allargare questo impegno all'intero portafoglio prodotti raggiungendo la carbon neutrality entro il 2025.

Contatti:

Responsabile relazioni esterne Sanpellegrino

Prisca Peroni – 02.3197.2307 – prisca.peroni@waters.nestle.com

MSL Group – Ufficio stampa Gruppo Sanpellegrino

Barbara Rivolta – 348 3666549 – barbara.rivolta@mslgroup.com