

Tgcom24 > Economia > "Valore condiviso", l'occupazione che crea nuovi posti di lavoro

3 febbraio 2014

|  |  | 

"Valore condiviso", l'occupazione che crea nuovi posti di lavoro

Il caso Sanpellegrino, azienda che crea valore per sé e per i propri azionisti, per la società in cui opera, apportando benefici concreti alle persone, all'economia e al territorio



0



0



0



0



0

18:45 - "La creazione di valore condiviso si focalizza sull'identificazione e sull'espansione delle connessioni tra progresso economico e progresso sociale". E' il claim con il quale il gruppo Sanpellegrino ha presentato uno studio per promuovere un approccio aziendale che mira al successo nel lungo periodo. Per fare ciò un'azienda deve creare valore sia per sé e per i propri azionisti, che per la società in cui opera, apportando benefici concreti alle persone, all'economia e al territorio.

 GRUPPO
SANPELLEGRINO

avere la cultura dell'acqua minerale, tutelare le fonti e gli ecosistemi circostanti, educare alla corretta
zione, prendersi cura delle persone e lavorare con responsabilità e passione: questo è il Gruppo
ilegrino

A Milano si sono incontrati alcuni dei massimi esperti del panorama socio-economico nazionale per fare il punto sugli effetti della recessione e sulle previsioni di ripresa, non solo a livello italiano, ma anche mondiale ed europeo. All'incontro hanno preso parte Francesco Daveri, Economista, Emilio Reyneri, Sociologo del Lavoro, Stefano Agostini, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo Sanpellegrino, e Alessandro Marangoni, Amministratore Delegato di Althesys.

Nel quadro fornito - dove il contesto economico si riflette sul piano sociale, con un calo del benessere e un livello crescente di disoccupazione - emerge prepotentemente la necessità di ridisegnare i modelli economici, puntando sempre più su politiche orientate alla crescita e al contempo alla sostenibilità sociale.

Durante l'incontro il Gruppo Sanpellegrino, una delle più significative realtà nel campo del beverage in Italia, ha presentato l'analisi del valore che le sue attività hanno generato lungo l'intera filiera nel 2012, in Italia, e le relative ricadute sull'economia del Paese. Secondo la logica della creazione di valore condiviso, per Sanpellegrino la chiave del successo è creare valore sia per sé e per i propri azionisti, che per la società in cui opera, apportando benefici concreti alle persone, all'economia e al territorio. Lo studio, condotto dall'Istituto Althesys, è una misurazione dei risultati dell'approccio adottato dal Gruppo Sanpellegrino, la cui produzione è interamente radicata in Italia.

“Le caratteristiche “Made in Italy” dei prodotti Sanpellegrino sono un importante volano per la creazione di valore nel nostro Paese: le vendite all'estero sono una componente essenziale, in quanto i prodotti sono realizzati in Italia e generano anch'essi valore aggiunto e occupazione a livello nazionale.”, spiega Alessandro Marangoni, Amministratore Delegato di Althesys. Tutta la filiera coinvolge circa 4.550 aziende che, nel corso del 2012, hanno portato occupazione a 7.000 persone in Italia, pari allo 0,17% degli impiegati nell'industria italiana. Quasi 1.600 sono i dipendenti diretti di Sanpellegrino e ciò significa che, per ciascuno di loro, sono stati creati 3 posti di lavoro.

Tutta la filiera del Gruppo Sanpellegrino coinvolge circa 4.550 aziende che, nel corso del 2012, hanno portato occupazione a 7.000 persone in Italia, pari allo 0,17% degli occupati nell'industria italiana. Quasi 1.600 sono i dipendenti diretti di Sanpellegrino e ciò significa che, per ciascuno di loro, sono stati creati 3 posti di lavoro.

Considerando tutti gli attori della filiera di Sanpellegrino, il valore creato nel 2012 in Italia è 1,1 miliardi di Euro, pari a circa lo 0,10% della produzione industriale nazionale. Dell'1,1 miliardi di Euro totali, 258 milioni di Euro è il contributo dell'export al valore condiviso creato nell'intera filiera in Italia. Le caratteristiche “Made in Italy” dei prodotti Sanpellegrino sono, infatti, un importante volano per la creazione di valore nel nostro Paese: le vendite all'estero sono una componente essenziale, in quanto i prodotti sono realizzati in Italia e generano anch'essi valore aggiunto e occupazione a livello nazionale.