# Sanpellegrino crea valore nella filiera e sul territorio

di Katy Mandurino 17 dicembre 2014

Tweet 5 Consiglia 13 g+1 2 My24

Nel mercato nazionale dell'acqua minerale, che dal 2007 ad oggi ha visto diminuire i propri volumi di vendita del 5%, perdendo circa 600 milioni di litri prodotti su un totale di 11 miliardi e 500mila, e che soffre del costo delle materie prime e della bassa marginalità, pari a circa lo 0,6%, il Gruppo Sanpellegrino (Nestlé) punta su modelli e strategie innovative, guarda all'estero e contemporaneamente studia la creazione di valore lungo la filiera, in modo da trasformare le aziende in acceleratori dell'economia e dell'occupazione.

Uno studio commissionato all'Istituto Althesys, guidato dall'economista Alessandro Marangoni, ha evidenziato come nel 2012 a livello nazionale il Gruppo Sanpellegrino abbia creato lungo l'intera filiera (4.550 aziende) – le regioni in cui opera sono Lombardia, Veneto, Piemonte, Toscana e Sicilia – un valore di 1,1 miliardi di euro, lo 0,1% della produzione industriale nazionale, pari a 2,4 volte il fatturato del gruppo in Italia (465 milioni). Questo valore ha portato ad una contribuzione fiscale di circa 390 milioni di euro.

A livello territoriale, il Veneto, che conta due stabilimenti sugli 11 totali e imbottiglia Nestlé Vera e Recoaro, ha contribuito con un gettito fiscale globale di 48 milioni, il 2% dell'Irap regionale. I poli produttivi di San Giorgio in Bosco (Padova) e Recoaro Terme (Vicenza), che assieme contano su un totale di 323 addetti, hanno creato valore per 122 milioni pari a due volte il fatturato stesso di Sanpellegrino in regione. La filiera (agricoltura, logistica, canali distributivi) coinvolge 485 aziende e occupa 940 dipendenti. «Fare sistema con tutti gli attori e creare valore lungo la filiera non è solo un modello di business – dice Stefano Agostini, presidente e ad del Gruppo Sanpellegrino -, ma è un modo di essere. Ci impegniamo, infatti, a perseguire uno sviluppo ecosostenibile nel rispetto delle esigenze di tutti i nostri interlocutori, dai dipendenti alle comunità locali dove operiamo e vivono i nostri fornitori e consumatori, con l'obiettivo di migliorare la qualità della vita, generando valore e occupazione».

I motivi del “successo” veneto vanno ricercati innanzitutto nel livello di innovazione e qualità della produzione dello stabilimento maggiore, quello di San Giorgio in Bosco. Con 4,5 milioni di “preforme” prodotte al giorno, ovvero le forme che una volta soffiate prenderanno le sembianze di una bottiglia da mezzo litro, un litro e mezzo o due litri, il centro produttivo padovano è un vero e proprio gioiello: 11 presse, 8 linee di produzione, un miliardo e 500 milioni di pezzi l’anno, 38mila bottiglie l’ora (con punte di 44mila) per quanto riguarda l’acqua, 60mila imbottigliamenti l’ora per le bibite. Nei 90mila metri quadri a disposizione si confeziona acqua minerale, gassata e naturale, bibite e te, non solo in bottiglie di Pet ma anche, da un anno e mezzo a questa parte, in lattine. «Le bibite – spiega il direttore dello stabilimento Salvatore Sbriglione, che gestisce da Padova anche il sito produttivo siciliano di Santa Rosalia – coprono il 16% dei nostri volumi di produzione. Di questa produzione, circa 87 milioni di litri nel 2013, è andato all’estero il 70%. Belté, ad esempio, è molto apprezzato in Israele». Nel 2013 i pezzi prodotti dallo stabilimento di San Giorgio in Bosco sono stati 624 milioni, quest’anno si chiuderà con circa 100 milioni di pezzi in più, per la maggior parte derivanti dalla linea lattine.

La scelta strategica di puntare sulla produzione di lattine segue l’innovazione di processo del metodo Toyota, applicato all’azienda qualche anno fa, metodo che ha portato il sito ad ottimizzare costi e risorse e ad assumere negli ultimi due anni 25 nuovi dipendenti sui 252 totali. Lo stabilimento, dove gli impianti sono altamente automatizzati, attinge l'acqua da quattro pozzi limitrofi ed è strategico dal punto di vista logistico e distributivo; il fatturato del 2013 si aggira (assieme al sito di Recoaro), attorno ai 150 milioni di euro, su un totale del gruppo di circa 766. Sanpellegrino esporta in 146 paesi nel mondo, con una quota export del 35%, e ha il 17% di quota di mercato nazionale.