Sanpellegrino, export in crescita nel 2016

stefano-agostini-presidente-e-ad-gruppo-sanpellegrino-1-13a58985

Sanpellegrino continua a crescere sui mercati internazionali. Il Gruppo, leader nel settore delle acque minerali e delle bibite non alcoliche, con circa 1.500 dipendenti e prodotti esportati in oltre 150 Paesi nel mondo, ha **chiuso il 2016 con un fatturato di 895 milioni di euro e 3,7 miliardi di bottiglie prodotte**. Oltre la metà del giro d'affari è stato conseguito grazie a un continuo e costante **incremento delle vendite estere**.

Le performance realizzate sui mercati internazionali, in crescita del 6,9% rispetto al 2015, sono state trainate da **S.Pellegrino e Acqua Panna**. Le esportazioni delle due acque minerali, simbolo del fine dining italiano nel mondo, insieme alle bibite a marchio Sanpellegrino rappresentano oggi il 54% del giro d'affari complessivo.

Il 2016 è stato un **anno record** per l'acqua minerale S.Pellegrino, che ha raggiunto **1 miliardo di bottiglie vendute nel mondo**, con un incremento del 5% rispetto al 2015. Anche Acqua Panna ha chiuso il 2016 in crescita rispetto all'anno precedente.

"Siamo soddisfatti delle performance del 2016, che si è chiuso con un risultato sostanzialmente in linea con l'anno precedente", ha detto **Stefano Agostini**, presidente e amministratore delegato del Gruppo Sanpellegrino; "Sebbene non si siano ripetute le straordinarie condizioni di mercato del 2015, nel quale le vendite erano state trainate da un'estate eccezionalmente calda e dall'Esposizione Universale, il segmento dell'acqua minerale ha confermato i volumi del 2015 confermandosi prodotto d'elezione da parte dei consumatori di tutto il mondo che scelgono, sempre più spesso, un'idratazione di qualità".

Sul **mercato domestico** il Gruppo Sanpellegrino ha registrato un fatturato di 416,5 milioni di euro, rafforzando la propria posizione nel canale retail moderno e la propria leadership a volume. L'azienda ha confermato anche il focus e la forte leadership nel settore della ristorazione. In Italia le vendite sono state spinte dal marchio Levissima che è cresciuto del 4% nel 2016, mentre il brand **Nestlé Vera** ha registrato un incremento dell'1,3% a volume.

“Siamo orgogliosi di aver raggiunto un traguardo straordinario - continua Stefano Agostini - portando 1 miliardo di bottiglie della nostra celebre acqua con la stella rossa sulle tavole di tutto il mondo. Il successo conseguito da S.Pellegrino rinnova l’affermazione del nostro marchio come **emblema del made in Italy nel mondo**. Grazie a prodotti, apprezzati in oltre 150 Paesi, come S.Pellegrino, Acqua Panna e le bibite a marchio Sanpellegrino, il nostro giro d’affari sui mercati internazionali è cresciuto, con incrementi del 5% in Germania, dell’8,2% negli Stati Uniti, e picchi del 10,6% in Francia e del 10,7% nel Regno Unito”.

Sul fronte domestico, nel 2016 è stato **inaugurato il sito produttivo Nestlé Vera di Castrocielo (FR)** , un progetto industriale del valore di 16 milioni di euro, caratterizzato da un approccio estremamente innovativo in grado di conciliare, al massimo livello, sostenibilità ambientale e sviluppo economico. La “smart factory”, che vanta performance “best in class” soprattutto in termini di risparmio energetico, oltre a costituire un’importante occasione di crescita e occupazione a livello locale e regionale, rappresenta un modello di sviluppo futuro per l’intero comparto delle acque minerali.

Lo scorso anno si è chiuso anche con l’annuncio di un i**nvestimento di 90 milioni di euro per la realizzazione della Flagship Factory di San Pellegrino Terme**, la nuova casa dell’acqua minerale S.Pellegrino, progettata dal famoso archistar danese **Bjarke Ingels** a capo dello studio di architettura internazionale BIG (Bjarke Ingels Group). All’architetto danese, che ha vinto il contest mondiale lanciato dal Gruppo Sanpellegrino sarà affidato il compito di trasformare lo storico stabilimento dove viene imbottigliata l’acqua minerale ambasciatrice del Made in Italy, in un’opera di design che valorizzi il territorio, migliori la qualità di lavoro e attragga turisti da tutto il mondo. BIG sarà partner dell’azienda per i prossimi quattro anni e i primi lavori di costruzione partiranno nel 2018.