Gruppo Sant’Anna tra i top 25 colossi del food & beverage

logo-vinadio-9908d3e2

[caption id="attachment_28902" align="alignleft" width="200"]
Alberto Bertone, presidente e a.d. Fonti di Vinadio Alberto Bertone, presidente e a.d. Fonti di Vinadio[/caption]

Il Gruppo Fonti di Vinadio - Sant’Anna si avvicina alla vetta del mercato delle bevande analcoliche e raggiunge la posizione di terzo produttore a volume. Un risultato straordinario, se si considera che l’azienda compie quest’anno soli 18 anni dalla sua fondazione e si dibatte, italianissima, in un settore dominato dai grandi gruppi multinazionali. Dopo aver raggiunto in meno di dieci anni la leadership del settore delle acque minerali, ora - grazie alla diversificazione con i nuovi marchi SanThé per il the freddo e SanFruit per i nettari di frutta - la leadership dell’azienda italiana si consolida sul fronte più ampio delle bevande analcoliche. Allo sviluppo di questi due progetti l’azienda ha dedicato un investimento di 20 milioni di euro negli ultimi due anni.

Tutti i brand dell’azienda piemontese sono cresciuti mese dopo mese, confermando la scalata della classifica non solo nel settore del beverage, ma posizionandola al 24° posto tra le aziende top per fatturato del più ampio comparto alimentari/bevande, al fianco dei grandi colossi italiani e internazionali che dominano il mercato. Non solo: sul progressivo gennaio – maggio 2014 è l’azienda che, tra queste, ha registrato la migliore performance con un incremento a valore del 13,2% rispetto allo stesso periodo del 2013 (totale Italia Iper + Super + LSP).

La crescita per linee interne sta quindi dando ragione alla strategia decisa dall’azienda, che sta raccogliendo dalla distribuzione e dal mercato grandi consensi anche per i nuovi prodotti. Sia per il the freddo che per i nettari di frutta Sant’Anna ha puntato sul formato bicchierino, creando un’alternativa all’unico prodotto esistente prima nel settore del the freddo e portando una vera innovazione nel settore dei nettari di frutta. A meno di due anni dal lancio ufficiale sul mercato, il the freddo SanThé Sant’Anna sta registrando una crescita tale da aver richiesto l’installazione di una seconda linea di

produzione, che proprio in questi giorni entra in funzione nella sede di Vinadio (Cuneo) e che raddoppierà la capacità produttiva, portandola a 500 milioni di pezzi all'anno. Il marchio SanThé sta conquistando un'importante posizione sul mercato, dove si confronta con competitor storicamente presenti e consolidati, e sale al terzo posto del mercato con una quota a volume del 6% e a valore del 6,9%, unico brand tra i principali a crescere in un mercato che ha registrato invece un significativo calo (-6,5%). loghi

Per quanto riguarda le bevande di frutta, il neonato SanFruit Sant'Anna sta guadagnando un decimale percentuale al mese arrivando in soli 4 mesi ad una quota a volume e a valore di 1,1%, al decimo posto in classifica con una distribuzione ponderata di 54 punti a totale Italia.

Per lo sviluppo di questi prodotti Sant'Anna punta anche al canale della distribuzione automatica, con l'obiettivo di a raggiungere nel 2014 la vendita di oltre 100 milioni di pezzi tra acqua minerale nel formato mezzo litro e bicchierini di the freddo e nettare di frutta.