

COMPANY PROFILE GRUPPO SANPELLEGRINO

Il Gruppo Sanpellegrino, società del Gruppo Nestlé, è la principale azienda in Italia nel settore acque minerali e bibite non alcoliche, con un ricco portafoglio composto da acque minerali, aperitivi analcolici, bevande/soft drink e tè freddi.

Con un fatturato di circa 895 milioni di euro nel 2016, Sanpellegrino impiega oltre 1.500 dipendenti.

I prodotti del Gruppo, l'acqua minerale S. Pellegrino in particolare, sono esportati in 150 Paesi, attraverso filiali e distributori sparsi nei cinque continenti.

Il Gruppo Sanpellegrino detiene un portafoglio prodotti diversificato e completo in termini di posizionamento e fascia di prezzo, al fine di offrire al consumatore il prodotto (acqua e bevande/soft drink) ed il packaging (tipologia e formato) più adatto ad ogni sua esigenza di consumo e stile di vita.

Il consolidamento del posizionamento e delle quote di mercato è stato rafforzato nel corso degli anni attraverso significativi investimenti nella produzione e nelle attività di commercializzazione e comunicazione.

In particolare sono 5 i marchi di **acque minerali: S.Pellegrino, Acqua Panna, Levissima, Nestlé Vera.**

Il portafoglio comprende un ampio assortimento di bibite e aperitivi, capaci di soddisfare le diverse esigenze dei consumatori in termini di gusti e occasioni di consumo.

Immane, infatti, sono le storiche bibite del Gruppo: da **Aranciata Sanpellegrino** con la Classica, l'Amara e la Dolce, al mitico **Chinò**, passando per le **Specialità del Gusto** con il Cocktail e la Cedrata, la Limonata, ma anche l'Acqua Brillante Recoaro e il **Beltè** – nelle sue varianti Frutta Infusa Pesca e Limone; nuovissima è la gamma **Beltè Bio**, nelle varianti Thé Verde e Thé Nero con Frutti Rossi. L'ultima novità delle Bibite è la gamma **Specialità Italiane**, con i gusti Limoni di Sicilia e infuso di Menta Piperita del Piemonte; Arance e Fichi d'India di Sicilia; Chinotto di Sicilia e Bacche di Mirto. Per finire i classici aperitivi **Sanbittè e Gingerino** e i nuovi **Sanbittè Emozioni**, aperitivi ready to drink in formato 20cl disponibile in vari gusti: pompelmo, passion fruit, ribes nero, zenzero e lime.

Sanpellegrino lavora da anni con l'obiettivo di salvaguardare le risorse idriche, attraverso progetti e attività che mirano alla valorizzazione di questo bene prezioso e vitale e promuovendo una vera e propria "**cultura dell'acqua**".

Garantire all'acqua un futuro di qualità è, infatti, la missione che Sanpellegrino persegue con impegno e costanza, in primo luogo attraverso la tutela dei territori nei quali opera.

L'azienda porta avanti, attraverso un impegno che parte dall'interno per estendersi alle istituzioni, alle comunità locali e ai consumatori, diverse attività in ambito sostenibilità: il monitoraggio quotidiano delle fonti e dell'ecosistema circostante, l'efficientamento dei sistemi produttivi per il risparmio energetico e idrico, i piani di logistica eco-sostenibile, la promozione di attività educative sul corretto utilizzo dell'acqua e sul riciclo presso le nuove generazioni e i progetti di ricerca scientifica per la salvaguardia della risorsa.

SANPELLEGRINO S.p.A.

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento della Nestlé Waters SA

Sede Legale: Località Ruspino 24016 San Pellegrino Terme (BG) - Sede Secondaria: Via del Mulino, 6 20090 Assago (MI)

Tel. +39 02.3197.1 FAX +39 02.89123400 - Cod. Fisc., P. IVA e n° Registro Imprese di Bergamo: IT00753740158

R.E.A. BG 2188 - Cap. Soc. int. vers. € 58.742.145 P.E.C.: sanpellegrino@sanpellegrino.telecompost.it - www.sanpellegrino-corporate.it

Inoltre occupandosi di un bene vitale come l'acqua, l'azienda si impegna per valorizzare l'importanza di una corretta idratazione. L'azienda sostiene e diffonde i principi di benessere psico-fisico legati al corretto consumo di acqua, facendosi portavoce dell'“**educazione all'idratazione**” attraverso un programma che promuove il consumo quotidiano della corretta quantità di acqua, a seconda delle diverse esigenze e stili di vita.

Tutte queste azioni sono alimentate dal contributo delle persone che lavorano in azienda e dal mondo scientifico e istituzionale con cui Sanpellegrino si confronta quotidianamente.

Prendersi cura dell'acqua vuol dire per Sanpellegrino infatti non solo proteggere le fonti e gli ecosistemi circostanti, ma anche **costruire un dialogo aperto e trasparente con i suoi pubblici di riferimento** per diffondere informazioni su questa risorsa preziosa del Made in Italy in grado di appassionare chiunque ne approfondisca la conoscenza.

Prisca Peroni
Responsabile Relazioni Esterne
Sanpellegrino SpA
tel. 02/31973307
prisca.peroni@waters.nestle.com

S.PELLEGRINO: ITALIAN STYLE CONQUERS THE WORLD

More than 100 years devoted to taste and style – since 1899, continuing success has defined the **international profile of S.Pellegrino**, testimony to ultra-refined Italian taste and a star of **international fine dining**.

This fascinating history, expertly referenced in **classical packaging** that is always “in fashion”, endorses the unquestioned appeal of the world’s most famous water.

The San Pellegrino spring in Val Brembana (BG) has been known since the 13th century. It was visited by Leonardo da Vinci in 1509, while in the service of the Lord of Milan Lodovico Sforza, and more illustrious figures helped spread its fame over the centuries: from Cardinal Borromeo to Queen Margherita and Gabriele D'Annunzio. Water from the San Pellegrino spring was hugely popular in the late 19th century and, at the height of the Belle Époque, San Pellegrino became an exclusive society rendezvous where the European aristocracy would meet for water cures. Elegant hotels, luxury noble residences and fashionable restaurants and cafés appeared on the banks of the River Brembo. The *Società Anonima delle Terme di San Pellegrino* (which became *Sanpellegrino* in 1970) was founded in 1899 to bottle and market the water. Initially ordered by summer visitors to the springs, the elegant bottles subsequently started to attract an international clientele.

With all this going on, the **focus on export** – the foundation of the brand’s development policy - proved a winning move at the start of the century. Popular in more than **150 countries**, **S.Pellegrino** mineral water has developed its role as a **partner in the fine-dining culture** at a time when cuisine is increasingly synonymous with innovation, research and style. In a word – excellence!

This role is also shaped by a longstanding partnership between the brand and *The World’s 50 Best Restaurants*, an annual ranking published by the UK’s *Restaurant* magazine and featuring the world’s finest restaurants. It is an influential indicator of the latest trends and key names on the international haute-cuisine stage.

This global stage is one full of young talent, which S.Pellegrino actively supports and encourages through a series of initiatives aimed at the new generation of chefs. One such initiative is *S.Pellegrino Young Chef*, a global scouting project to find the best young chefs of the world. The finest young cooking talents worldwide are given the opportunity to meet, get to know each other and showcase their artistic culinary abilities. This is a unique opportunity to receive international visibility and interact with the world’s most renowned chefs, who participate as mentors or members of the jury to provide guidance and counsel to their young colleagues.

Then came the major impact of what can be described as a **Copernican Revolution in the beverage world**: the decision to make **mineral water the focus of studies and exploration** into pairings with food, wine and the most popular beverages, which Sanpellegrino did by entrusting its water to the leading international *sommellerie* experts. After all, knowing how to choose the right water is as important as choosing the most suitable wine.

S.Pellegrino stands out for its **fine and lasting perlage**, and for its **fresh bouquet**, qualities sought by passionate gourmets who increasingly want to drink water of the finest quality that accompanies dishes and beverages to produce a more complete, fulfilling and pleasurable dining experience. With its careful marketing strategy and **consolidated collaboration with influential partners on the Italian and international gastronomic scene**, **S.Pellegrino** is a permanent presence among the small number of Italian products most appreciated by the international restaurant industry, a sphere where it has acquired a pre-eminent position in terms of penetration and brand notoriety.

Since the beginning of the last century, **S.Pellegrino** water has constantly progressed in terms of production, market share and notoriety. Approximately 80% of current production goes to export, with the **United States, France, Italy, Germany and Switzerland its biggest markets**.

SANPELLEGRINO S.p.A.

Società soggetta all’attività di direzione e coordinamento della Nestlé Waters SA

Sede Legale: Località Ruspino 24016 San Pellegrino Terme (BG) - Sede Secondaria: Via del Mulino, 6 20090 Assago (MI)

Tel. +39 02.3197.1 FAX +39 02.89123400 - Cod. Fisc., P. IVA e n° Registro Imprese di Bergamo: IT00753740158

R.E.A. BG 2188 - Cap. Soc. int. vers. € 58.742.145 P.E.C.: sanpellegrino@sanpellegrino.telecompost.it - www.sanpellegrino-corporate.it

Behind the scenes of S.Pellegrino's growth lies the inspiration to focus on elegance, conviviality and bien vivre – all positive values reflected in S.Pellegrino's new global communication campaign, "**Enhance Your Moments**", a celebration of how fine food around the world can reunite people in cherished moments, aiming to spread tasteful experiences across the globe. With this campaign, S.Pellegrino also unveils its new "**Tastefully Italian**" signature, paying homage to its origins while expressing both the distinct taste of the iconic water and the "Italian taste" the brand exemplifies, helping to enhance any moment.

Not surprisingly, S.Pellegrino was the official water partner of **Expo Milano 2015** and the Italian Pavilion, where it was featured in the Acqua-themed plaza. A special-edition bottle was designed for the occasion and distributed in 150 million units across 80 countries from January 2015. The event provided space for education, entertainment and the promotion of a healthy, sustainable and gourmet lifestyle, also via the promotion of Italian talent in the world of cooking and of great chefs.

Talent and Made in Italy are two concepts reiterated in initiatives such as *Italian Talents* in which, every year, S.Pellegrino "adopts the look" of major Italian-style partners by producing special-edition bottles that have become collector's pieces. Since 2010, these partnerships have involved illustrious names such as Missoni and Bulgari, as to opera icon Luciano Pavarotti via the foundation named after him. Finally, the special-edition bottle dedicated to Vogue Italia, created in 2015 to celebrate the partnership with the iconic magazine in the occasion of the S.Pellegrino Young Chef inaugural edition.

S.Pellegrino, Acqua Panna and Sanpellegrino Sparkling Fruit Beverages are international trademarks of **Sanpellegrino S.p.A.** Distributed in over **130 countries** through branches and distributors in all five continents, these products represent quality excellence by virtue of their origins and perfectly interpret Italian style worldwide as a synthesis of pleasure, health and well-being. Founded in 1899, Sanpellegrino S.p.A, part of the **Nestlé Waters** group, is the leading company in the beverage sector in Italy with its range of mineral waters, non-alcoholic aperitifs, drinks and iced teas. As a major Italian producer of mineral water, it has always been committed to enhancing this primary good for the planet and works responsibly and passionately to ensure that this resource has a secure future.