



ACQUA SANT'ANNA SPA

Nascita e sviluppo di un'azienda piemontese leader che è diventata un modello studiato nei corsi universitari di economia ed osservato dai manager delle più grandi multinazionali del food & beverage

Sant'Anna diventa marchio leader del settore acque minerali in meno di dieci anni dal lancio sul mercato

Il Gruppo cresce per linee interne, diversificando la gamma prodotti e, a meno di vent'anni dalla sua fondazione, entra nella classifica top 25 nazionale delle maggiori aziende del food & beverage

• LE ORIGINI

La storia dell'Azienda è legata alla case history di successo del marchio Sant'Anna, leader nazionale del settore acque minerali.

L'avventura imprenditoriale è opera della famiglia Bertone, attiva sin dagli anni Cinquanta nel settore dell'edilizia. A fondare l'attività di famiglia è Giuseppe Bertone (scomparso nel 2008, ndr), protagonista di un'epopea imprenditoriale che incarna perfettamente la definizione del self-made man: partito da Rifreddo, un piccolo paese nella provincia di Cuneo, per riuscire a creare poi un vero e proprio gruppo specializzato nell'edilizia residenziale, che dalla provincia di Torino si è via via ampliato al basso Piemonte, alla Liguria, alla Costa Azzurra. Negli Anni Ottanta – Novanta l'attività si espande all'edilizia industriale e al fianco di Giuseppe Bertone scendono in campo i figli Fabrizio e Alberto.

È con quest'ultimo che inizia una nuova avventura, in un settore totalmente diverso. Nel 1995 Giuseppe Bertone viene a conoscenza della qualità superiore dell'acqua che sgorga nelle valli che sovrastano Vinadio. Siamo nel cuore delle Alpi Marittime, in provincia di Cuneo. Alcuni documenti storici, risalenti al XVI secolo, ne esaltavano già le qualità favorevoli alla salute e disintossicanti. Giuseppe e Alberto Bertone si recano più volte sul posto, effettuano sopralluoghi, test, analisi. Si convincono delle enormi potenzialità del prodotto, che sgorga in ambiente incontaminato, in un contesto montano rimasto ancora autentico.

Alberto Bertone, che ha ereditato dal padre l'intraprendenza e il gusto per le sfide impossibili, lo convince ad affidargli lo sviluppo di questo nuovo progetto e dal 1996, anno in cui nasce Acqua Sant'Anna, si dedica anima e corpo alla realizzazione di un obiettivo ambizioso: portare quest'acqua sulla tavola di tutti gli Italiani.

L'obiettivo oggi è raggiunto, anzi superato: se nei primi anni di attività l'azienda vendeva tante bottiglie quanti sono gli Italiani, negli anni le bottiglie vendute in un anno hanno raggiunto il numero degli abitanti d'Europa! E oggi le bottiglie vendute sono circa 1,5 miliardi.

Dal 2008, in meno di dieci anni dal lancio sul mercato, Sant'Anna è la marca leader del settore, l'acqua più scelta dagli italiani: un risultato straordinario, considerato che il settore dell'acqua minerale è molto competitivo, molto frammentato e dominato da grandi gruppi multinazionali. In questo scenario complesso, ha saputo imporsi un marchio totalmente nuovo, proprietà di un'azienda interamente italiana e a conduzione familiare. Questo risultato si deve alla capacità imprenditoriale, alla tenacia e alla lungimiranza della famiglia Bertone.

La provenienza da un settore totalmente diverso, quello dell'edilizia, è stata un beneficio, non un limite, portando essenzialmente due vantaggi:

- da un lato, la scelta ponderata del luogo in cui costruire lo stabilimento produttivo: una parte sufficientemente ampia della valle, da permettere nel tempo gli ampliamenti che la crescita e il successo aziendale hanno richiesto; qui confluiscono le condotte che portano l'acqua dalle sorgenti e che hanno richiesto un intervento imponente per la



posa dei tubi, richiedendo lavori edili speciali e il ripristino contestuale di numerose strade;

- dall'altro, un approccio totalmente nuovo al settore dell'acqua minerale, lontano dalle consuetudini consolidate, spesso controcorrente, ha permesso di portare numerose innovazioni nel settore ed è stato spesso alla base del successo dell'Azienda.

● **L'AZIENDA OGGI - LA CRESCITA PER LINEE INTERNE E I SUCCESSI DELLA DIVERSIFICAZIONE**

Sant'Anna è un marchio leader nel settore delle acque minerali italiano al 100%. Ha saputo ricavarci in pochi anni una posizione di leadership in un mercato molto frammentato (solo in Italia esistono quasi 300 marchi), competitivo e storicamente dominato da grandi gruppi multinazionali. Sant'Anna è il brand leader di mercato, l'acqua preferita dagli Italiani.

Sant'Anna ha scritto una tappa miliare nella storia del settore creando Bio Bottle: è stato il primo marchio al mondo a lanciare nel mass market una bottiglia da 1,5 litri biodegradabile e compostabile negli appositi siti di compostaggio industriale.

Lo sviluppo di questo e di tutti i prodotti, così come la crescita continua dell'Azienda, sono sempre stati sostenuti da ingenti investimenti in ricerca, soluzioni tecnologiche all'avanguardia, automazione, IT, innovazione di prodotto e marketing.

Consolidata la leadership nel settore delle acque minerali, l'Azienda ha individuato nuove opportunità di sviluppo nella crescita per linee interne e dal 2012 ha intrapreso un percorso di ulteriori investimenti finalizzati alla diversificazione e all'ampliamento della gamma prodotto. Dapprima si è inserita nel settore del the freddo creando SanTHE', con vero infuso di the in Acqua Sant'Anna nel formato bicchierino. A poco più di un anno di distanza, si sono aggiunti nuovi prodotti a base di succhi ed estratti naturali. Grazie alla credibilità raggiunta dal marchio Sant'Anna, questi due nuovi brand hanno conquistato in poco tempo una posizione importante nei rispettivi segmenti di mercato, contribuendo ulteriormente alla crescita dell'Azienda, che oggi è il 3° produttore del mercato bevande ed è entrata nella classifica nazionale top 25 dei maggiori produttori del food&beverage, registrando un trend di crescita a doppia cifra.

Nuovi formati, nuovi pack, gamme in continua evoluzione, sia per l'acqua minerale che per le bevande, sono il risultato del costante ascolto del consumatore e degli importanti investimenti in ricerca e sviluppo. Più di recente l'azienda ha lanciato la gamma Fruity Touch, 3 delicate varianti di acque fruttate a basso contenuto calorico, e ha debuttato nel canale beauty&wellness con la linea Sant'Anna Beauty costituita dalla prima bevanda al collagene addizionata con zinco, a cui si aggiunge nell'estate 2020 una nuova referenza, l'integratore alimentare con acido ialuronico e zinco. Ultimo prodotto lanciato è Sant'Anna PRO, bevanda con 15g di proteine + zinco in Acqua minerale naturale Sant'Anna, senza zuccheri, conservanti, coloranti e glutine, pronta da bere e disponibile in due gusti: tropical e frutti verdi + menta. L'azienda conta oggi più di 350 referenze e 10 formati diversi.

Per Acqua Sant'Anna Spa, il 2022 si è chiuso con un fatturato di ca. 320 milioni di euro e vendite per circa 1,5 miliardi di bottiglie.

● **GLI ASSET DEL SUCCESSO**

Qualità organolettiche dell'Acqua Sant'Anna

Il grande successo di vendite raggiunto da Sant'Anna si fonda principalmente sulle qualità intrinseche dell'acqua che sgorga dalle montagne attorno a Vinadio. Dal Cinquecento, epoca a cui risalgono le prime documentazioni storiche che esaltano le sorgenti della valle, la fama della bontà di quest'acqua si è diffusa anche grazie ai racconti delle migliaia di pellegrini,



provenienti da ogni dove, che ogni anno salgono al santuario di Sant'Anna, protettrice delle mamme, che dà il nome all'acqua prodotta dal Gruppo di Vinadio. Bere un sorso di quest'acqua dalla fontana del piazzale è un rito per chi, ancora oggi, sceglie di affrontare a piedi o in bicicletta la lunga e ripida salita che porta al santuario più alto d'Europa.

L'acqua Sant'Anna ha ottenuto risultati straordinari per i valori di leggerezza (residuo fisso 22,0 mg/l) ed è stata una delle prime ad ottenere l'autorizzazione ministeriale per la dieta dei neonati. Acqua Sant'Anna è inoltre indicata per le diete povere di sodio (solo 1.5 mg/l di sodio).

L'acqua della sorgente è costantemente sottoposta a controllo chimico-batterologico e l'azienda Acqua Sant'Anna rispetta il protocollo HACCP per il controllo dei passaggi produttivi a rischio, garantendo la qualità assoluta del prodotto imbottigliato. Il processo produttivo è garantito per igiene e sicurezza da impianti di imbottigliamento sempre all'avanguardia, sottoposti ad aggiornamento continuo, avvalendosi delle tecnologie più moderne presenti sul mercato.

Uno stabilimento all'avanguardia

Lo stabilimento produttivo Sant'Anna si trova in una frazione del comune di Vinadio, a circa 1.000 m slm, nel cuore delle Alpi Marittime, al confine tra il Piemonte e la Francia. Si estende su 60 mila metri quadri e vanta un impianto produttivo all'avanguardia, diventato ormai un modello di fama mondiale, studiato con attenzione anche da molte grandi aziende internazionali, del calibro di Heineken e Coca Cola, che hanno già voluto visitare lo stabilimento di Vinadio, un vero gioiello Hi-Tech in una tranquilla valle alpina. Legno e pietra sono i materiali che dominano nel sito produttivo, ristrutturato secondo i principi della bioarchitettura e della bioedilizia, per la migliore integrazione nel contesto alpino e nel rispetto delle forme e dei materiali tradizionalmente utilizzati in montagna.

L'acqua che sgorga dalle sorgenti, poste fino a 1.950 metri d'altitudine, viene incanalata e condotta fino allo stabilimento - attraverso tubazioni in diversi tratti per un totale di 600km - dove è raccolta in 11 serbatoi d'acciaio inox della capacità di 1 milione di litri d'acqua ciascuno. Da qui partono immediatamente le linee produttive e l'acqua viene subito imbottigliata, affinché conservi intatte le sue caratteristiche organolettiche.

Acqua Sant'Anna Spa ha uno dei più grandi impianti produttivi al mondo: 16 linee di imbottigliamento (13 per l'acqua e 3 per le bevande). Le tre più recenti producono fino a 54 mila bottiglie ogni ora per il formato 1,5lt e 81.000 bottiglie/ora per il formato 0,5lt (sono le più grandi al mondo) e sono in grado di lavorare tutti i formati dal mezzo litro ai due litri, un'impresa tecnologica davvero complessa, sviluppata ad hoc con il leader del settore.

A queste, si aggiungono tre linee in asettico dedicate alla produzione di bevande in bicchierino (una ha una capacità oraria di 40mila bicchierini ed è la più veloce al mondo) e una per la produzione in bottiglia. Gli investimenti recenti e in corso permettono alla capacità produttiva globale dello stabilimento di arrivare ad un potenziale di circa 3 miliardi di bottiglie/anno.

La ricerca continua di tecnologie sempre più avanzate è una delle carte vincenti dell'azienda, che collabora anche con i migliori partner - preferibilmente italiani - per sviluppare soluzioni tecnologiche ad hoc, costruendo soluzioni su misura per esigenze specifiche e contribuendo così allo sviluppo ed al miglioramento delle tecnologie esistenti sul mercato. Nel sito produttivo di Vinadio lavorano incessantemente i più moderni robot pallettizzatori, concepiti per risparmiare una notevole quantità di plastica in fase di imballaggio. I pallet di merce vengono prelevati al fine linea da una flotta di 48 veicoli a guida laser, carrelli automatizzati che rispondono agli input di un software centrale, in grado di gestire la movimentazione della merce, dallo stoccaggio all'uscita dal magazzino. Questi veicoli si muovono in modo completamente autonomo, spostano la merce in magazzino e di lì sono in grado di portare i pallet di acqua sino all'area di carica dei camion, distinguendo tipologie di acqua, formati e



quantità. Oltre a garantire una precisione superiore al 99,5%, questi veicoli rispettano l'ambiente (funzionano infatti con batterie ricaricabili anziché utilizzare carburante) e, grazie ad un'innovativa tecnologia tutta made in Italy, aumentano la sicurezza sul lavoro, eliminando incidenti alle persone e danni alle cose.

Per supportare al meglio la crescita, dal 2013 l'azienda sta implementando le tecnologie ICT con l'obiettivo di mettere in comunicazione tutte le divisioni aziendali per migliorare la propria efficienza e ottimizzare al meglio le risorse. È stato avviato un processo di dematerializzazione, iniziato con la conversione al digitale di fatture attive e passive, bolle attive, registri Iva di acquisti e vendite e libro giornale (pari a 550mila pagine all'anno). Via via sono stati coinvolti anche i documenti di trasporto, una mole enorme, considerato che ogni giorno partono dallo stabilimento fino a 310 autotreni.

Negli ultimi anni l'azienda ha introdotto il sistema SAP e deciso la migrazione sul cloud del server di posta elettronica e dell'archivio documenti. Questo ha reso possibile la gestione di tutte le funzioni dei programmi con una sola interfaccia raggiungibile ovunque. Per gli utenti che svolgono l'attività fuori sede sono state integrate le funzionalità su tablet e smartphone.

Il ciclo produttivo dell'acqua

Il ciclo produttivo inizia dal prelievo delle preforme, sorta di "provette" che vengono caricate attraverso nastri trasportatori in macchine denominate soffiatrici. Le preforme vengono riscaldate in un forno a una temperatura di circa 100°C che le rende malleabili e pronte per essere soffiate con aria compressa alla pressione di 40 bar, facendole aderire alle pareti di uno stampo che conferisce la classica forma della bottiglia. Questa viene immediatamente raffreddata; attraverso la riempitrice, l'acqua di sorgente raccolta nello stabilimento entra nella bottiglia, che viene tappata, etichettata, fardellata e palletizzata. Il processo produttivo è totalmente automatizzato e seguito costantemente da personale di controllo.

È a questo punto che entrano in azione i 48 veicoli a guida laser, che prelevano i pallet alla fine della linea di produzione, li conducono al magazzino, da dove tornano a prelevarli per caricarli sugli autotreni che partono ogni giorno da Vinadio per portare in tutta Italia quest'acqua dalle caratteristiche organolettiche straordinarie.

L'afflusso dell'acqua dalle sorgenti allo stabilimento è continuo, il ciclo produttivo non viene mai fermato e l'acqua in bottiglia è in grado di arrivare sulla tavola dei consumatori in sole 48 ore!

In controtendenza rispetto al settore, da sempre Acqua Sant'Anna Spa predilige il trasporto su rotaia anziché su strada: i camion partono dallo stabilimento e si fermano alla prima grande stazione ferroviaria a valle, dove il prodotto è caricato sui treni e quindi spedito in tutta Italia. Per diminuire la frequenza e quantità delle spedizioni di prodotto, in particolare quello che raggiunge le regioni del centro-sud Italia, l'azienda ha creato la bottiglia dal formato quadrato (anziché la tradizionale bottiglia di Acqua Sant'Anna a forma di goccia) perché questo permette di ottimizzare lo spazio aumentando la quantità di prodotto per ogni carico spedito.

La comunicazione

Per la creazione di qualsiasi prodotto, dall'acqua minerale alle bevande, lo sviluppo è sempre partito da un obiettivo chiarissimo: la qualità del prodotto finito. La trasmissione di questo valore fondamentale al consumatore finale è stata la molla principale che ha animato le strategie di comunicazione dell'Azienda, che ha sempre optato per una comunicazione chiara, semplice e trasparente al consumatore. Per questo, Sant'Anna è stato uno dei primi marchi in Italia a servirsi della pubblicità comparativa, un modo immediato per esaltare agli occhi del consumatore le caratteristiche oggettive del prodotto, fondate su dati di fatto indiscutibili, come il tenore di sodio, il residuo fisso e così via. In questo modo, Sant'Anna ha contribuito enormemente alla creazione nel pubblico di una "cultura dell'acqua", insegnando ai



consumatori che le acque sembrano tutte uguali, ma in realtà non lo sono. Ognuna di esse ha infatti caratteristiche diverse a seconda dell'ambiente in cui nasce e queste caratteristiche possono soddisfare o meno particolari esigenze di benessere e salute. Ad esempio, un'acqua più leggera ha una maggior capacità diuretica e consente di eliminare le tossine, un'altra con minore concentrazione di sodio è migliore per chi ha problemi di ritenzione idrica e così via. Sul fronte della formazione e dell'informazione al consumatore, Sant'Anna ha realizzato alcuni approfondimenti per spiegare nel dettaglio a cosa corrispondono le diverse componenti dell'acqua minerale che si trovano sull'etichetta.

L'Azienda ha sempre sostenuto i suoi prodotti con importanti campagne di comunicazione. Le telepromozioni con noti personaggi inquadrati sotto la sorgente hanno scritto una parte della storia recente della comunicazione pubblicitaria. Proseguendo sulla strada della trasparenza, in anni più recenti l'imprenditore Alberto Bertone, Presidente e Amministratore Delegato dell'Azienda, ha deciso di divenire testimonial dei propri prodotti, garantendone la qualità in prima persona.

Questa strategia di comunicazione si è rivelata vincente e ha permesso in pochi anni la scalata fino ai vertici di un mercato che, soprattutto in questi ultimi anni, non ha fatto registrare grandi tassi di crescita.

Vista l'importante crescita registrata negli ultimi anni da social network e canali digitali, l'azienda, da sempre in linea con le tendenze, ha puntato molto sulla comunicazione digital anche volta a promuovere iniziative collegate all'e-commerce aziendale (shop.santanna.it).

Innovazione di prodotto ed ecosostenibilità: Sant'Anna Bio Bottle

Acqua Sant'Anna è stato il primo marchio al mondo a lanciare nel mass market una bottiglia di acqua minerale da 1,5 litri biodegradabile e compostabile, negli appositi siti di compostaggio industriale dopo essere stata separata dal tappo in plastica. Laddove la tendenza generale dei produttori del beverage è stata di alleggerire gradualmente la quantità di plastica contenuta negli imballaggi, Sant'Anna si è impegnata in una vera e propria rivoluzione del packaging, lanciando a fine 2008 in fase di test sperimentale la prima bottiglia realizzata con un particolare biopolimero che si ricava dalla naturale fermentazione degli zuccheri contenuti nelle piante. Questa bottiglia non contiene dunque neanche una goccia di petrolio: è una rivoluzione epocale nel packaging! Oltre all'evidente risparmio di risorse non rinnovabili e all'abbattimento di emissioni che questo cambiamento comporta in fase di produzione, i numerosi test di laboratorio effettuati sul prodotto hanno dimostrato che questo materiale garantisce all'acqua una conservazione che preserva al meglio le caratteristiche organolettiche, poiché il contenitore è assolutamente naturale e rispetta la naturalezza del contenuto.

Sant'Anna Bio Bottle è prodotta con un biopolimero di origine 100% vegetale. L'Azienda continua ad investire in ricerca e sviluppo su questo prodotto: dopo aver realizzato anche l'etichetta interamente in PLA, con il medesimo materiale della bottiglia, ora sta studiando di fare lo stesso anche con il tappo ed il collarino, ultimo step per arrivare al primo pack del settore 100% biodegradabile.

I vantaggi sono numerosi. Produrre il PLA, anziché le plastiche tradizionali, permette un risparmio di oltre il 50% di energie non rinnovabili e l'abbattimento del 60% dell'emissione di CO₂.

Nel processo produttivo in stabilimento, si risparmia il 60% di energia nella fase di essiccazione del granulo (con cui vengono prodotte le preforme delle bottiglie), fino al 30% in fase di fusione e addirittura il 70% nel raffreddamento delle preforme.

Bio Bottle ha ottenuto il marchio CIC di prodotto compostabile dal Consorzio Italiano Compostatori.



Un'Azienda che fa della sostenibilità un modus vivendi

Tutta la filosofia aziendale è orientata alla tutela dell'ambiente e delle risorse e si concretizza in numerose altre iniziative.

Oltre il 50% della logistica per il trasporto dell'acqua da Vinadio a tutta Italia avviene su rotaia: se in passato partiva un treno a settimana di Acqua Sant'Anna, oggi parte un treno al giorno. A dimostrazione di quanto l'azienda creda nel trasporto su rotaia, ha definito insieme a Logistica UNO un nuovo progetto ferroviario che vede l'attivazione di un nuovo collegamento intermodale da Cuneo a Treviso. Con una frequenza pari ad un treno settimanale, il nuovo traffico permette di movimentare fino a 380.000 tonnellate/anno di Acqua Sant'Anna. Il progetto conferma l'impegno nel promuovere il trasporto ferroviario merci in Italia, rafforzando lo shift modale verso una modalità più sostenibile con conseguente alleggerimento del traffico stradale e riduzione delle emissioni di CO2. La nuova tratta consente il trasporto in un'unica soluzione di un totale di 26 autotreni (830 pallets). Questa strategia di trasporto sempre più sostenibile per l'ambiente consente un notevole risparmio di mezzi pesanti sulle strade e una contestuale riduzione di emissioni di CO2. Calcolate per la stessa tratta a 2,9 ton di CO2e utilizzando il treno rispetto alle 20,9 ton CO2e utilizzando l'alternativa su gomma di bilici Euro 6). E' stato calcolato un risparmio di 17,9 tonnellate di CO2e permesso grazie all'utilizzo del trasporto su rotaia rispetto a quello su gomma.

Tra le altre scelte green:

- il magazzino di Vinadio e tutta la movimentazione delle merci sono gestiti da robot a guida laser elettrici e non a gasolio, quindi a inquinamento zero, e sono stati introdotti particolari robot fasciatori che permettono un risparmio di plastica consistente negli imballi;
- lo stabilimento di Vinadio è stato ristrutturato secondo scelte architettoniche ecocompatibili con l'ambiente, con materiali di legno e pietra;
- il calore prodotto dai macchinari di produzione viene canalizzato e utilizzato per il riscaldamento dello stabilimento e degli uffici;
- sono organizzati corsi di formazione per il personale dell'azienda volti a sensibilizzare i comportamenti sia in azienda che nel privato per il rispetto dell'ambiente, il riciclo e scelte responsabili ecosostenibili;
- dal 2017 ad oggi sono entrati in funzione un totale di 20 camion alimentati a LNG e oggi fa ancora un passo in avanti con il debutto di 100 nuovi camion a LNG Bio di ultima generazione, favorendo la decarbonizzazione dei trasporti. Il carburante utilizzato LNG Bio viene prodotto dalla trasformazione - è un processo di gassificazione - di scarti alimentari come FORSU (l'umido prodotto da tutti noi) da sottoprodotti agricoli, residui industriali e fanghi da depurazione, senza quindi alcuna estrazione fossile. L'impiego dei camion a LNG Bio comporterà un notevole miglioramento per l'ambiente sia dal punto di vista acustico (- 5 decibel rispetto ai motori diesel) che per l'importante abbattimento delle emissioni in atmosfera: rispetto ai mezzi tradizionali le emissioni di CO2 nell'ambiente scendono del 100%;
- la pulizia di tutte le linee produttive dell'acqua e del thè avviene attraverso il ghiaccio secco. Questo sistema di pulizia garantisce risultati di massima efficienza ed efficacia, in tempi ridotti e senza creare residui chimici e reflui. Ovunque si utilizzi la pulizia con ghiaccio secco si elimina l'uso dell'acqua, quindi lo spreco di questa risorsa importante e il conseguente smaltimento dopo la pulizia insieme ai residui asportati. La CO2 che produce il ghiaccio secco proviene da giacimenti naturali o immissioni industriali selezionate, chiudendo così il ciclo produttivo in modo virtuoso e vantaggioso.