

THE FUTURE WE SHARE

CSV REPORT 2019

INDICE

CHI SIAMO

| | |
|--|----|
| ★ IL GRUPPO SANPELLEGRINO | 6 |
| ↗ Sanpellegrino nel mondo | 7 |
| ◁ La leadership | 8 |
| ◁ I marchi | 9 |
| ↗ La distribuzione del valore aggiunto | 10 |
| ★ LE PERSONE | 11 |
| ◁ La sicurezza delle persone | |
| ◁ Le persone di Sanpellegrino | |
| ★ LINKEDIN BREAKFAST | 13 |
| ★ LA CIRCOLARITÀ E L'AGENDA 2030 DELLE NAZIONI UNITE | 14 |

| | |
|--|----|
| IL MODELLO CIRCOLARE - THE FUTURE WE SHARE | 16 |
|--|----|

| | |
|--------------------|----|
| FONTI E TERRITORIO | 18 |
|--------------------|----|

| | |
|---|----|
| ↗ I siti produttivi | |
| ★ ALLIANCE FOR WATER STEWARDSHIP | 19 |
| ★ LE COMUNITÀ LOCALI | 20 |
| ★ IL COMMUNITY RELATIONS PLAN 2018 | 22 |
| ↗ Local Acceptability Index | |
| ★ LEVISSIMA. UNA FABBRICA CONDIVISA PER L'ALTA MONTAGNA | 23 |
| ◁ Levissima 3000: un progetto innovativo e sostenibile | 24 |
| ◁ Il Progetto Ghiacciai Levissima | |
| ★ LE MATERIE PRIME | 26 |

| | |
|-------------------------------|----|
| PRODUZIONE E IMBOTTIGLIAMENTO | 28 |
|-------------------------------|----|

| | |
|--------------------------------|----|
| ★ SOSTENIBILITÀ. MENO È MEGLIO | |
| ★ EFFICIENZA ENERGETICA | 29 |
| ↗ Emissioni climalteranti | |

| | |
|--|----|
| ★ S. PELLEGRINO. FACTORY OF THE FUTURE | 30 |
| ★ ACQUA PANNA. HERITAGE E BIODIVERSITÀ | 32 |

| | |
|-----------------------|----|
| TRASPORTI E LOGISTICA | 34 |
|-----------------------|----|

| | |
|---|----|
| ↗ Un percorso sempre più verde | 35 |
| ★ NESTLÉ VERA. UN TRENO D'ACQUA PER CAMST | 36 |
| ★ I PARTNER DELLA LOGISTICA. A TUTTO LNG | 37 |
| ★ SEMPRE PIÙ GREEN | 38 |

| | |
|---------------------|----|
| CONSUMO E CITTADINI | 40 |
|---------------------|----|

| | |
|---------------------------------------|----|
| ★ L'IDRATAZIONE SECONDO SANPELLEGRINO | |
| ★ L'ACQUA A MISURA DI MANINA | 42 |
| ★ S. PELLEGRINO YOUNG CHEF | 44 |

| | |
|--------------------------------------|----|
| RICICLO, RISPARMIO, RECUPERO E RIUSO | 46 |
|--------------------------------------|----|

| | |
|---|----|
| ★ LA STRATEGIA INTERNAZIONALE | |
| ★ UTILIZZO DEL BIO-PET E R-PET | 47 |
| ★ OLTRE LA PLASTICA, OLTRE LA BOTTIGLIA | 49 |
| ★ NUOVI COMPORTAMENTI VIRTUOSI | 50 |

INSIEME PER UNA BELLA AZIENDA

★ MESSAGGIO DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO



Quando sono tornato in Italia per guidare l'azienda in cui sono cresciuto, ho avuto immediatamente la consapevolezza di trovarmi circondato da persone eccezionali per competenze, capacità e cultura d'impresa.

È a loro che ho promesso di fare del mio meglio per costruire insieme quella che io chiamo "una bella azienda".

Una bella azienda è quella in cui tutti lavorano per un disegno condiviso, che per noi vuol dire offrire alle persone prodotti sani, sicuri e capaci di contribuire al loro benessere quotidiano.

In una bella azienda conta il contributo di ciascuno: ognuno deve sentirsi responsabile della crescita comune, a prescindere dal ruolo che ricopre, dal luogo in cui lavora, dall'esperienza di cui si fa portatore.

Una bella azienda è efficiente e veloce per rispondere a sfide sempre più complesse, che richiedono un'innovazione attenta alle persone, alle comunità e all'ambiente naturale.

In altre parole, una bella azienda è quella capace di creare valore per tutti: per coloro che scelgono i nostri prodotti in centocinquanta Paesi, per i territori di cui facciamo parte e di cui facciamo conoscere le straordinarie risorse naturali in Italia e nel mondo, per la società di oggi e di domani.

”

Con questo documento
vi accompagniamo
alla scoperta del nostro
modo di lavorare,
sperando che anche
voi possiate apprezzare
ciò che insieme
facciamo per costruire
ogni giorno una
"bella azienda".

”

FEDERICO SARZI BRAGA
Presidente e Amministratore Delegato

CHI SIAMO

★ IL GRUPPO SANPELLEGRINO

Il Gruppo Sanpellegrino è una delle più grandi e importanti realtà nel settore della produzione di bevande analcoliche in Italia.

Dal 1889 porta prodotti di alta qualità alle persone e alcune delle eccellenze del nostro Paese in oltre 150 Nazioni del mondo attraverso i suoi brand.

Promozione della corretta idratazione e di stili di vita sani per gli individui e famiglie, un rapporto virtuoso con i territori che ci aiuta a crescere insieme, tutela delle risorse naturali per la società e le generazioni future: questi sono i tre elementi attorno ai quali creiamo valore per l'azienda e per i suoi interlocutori.

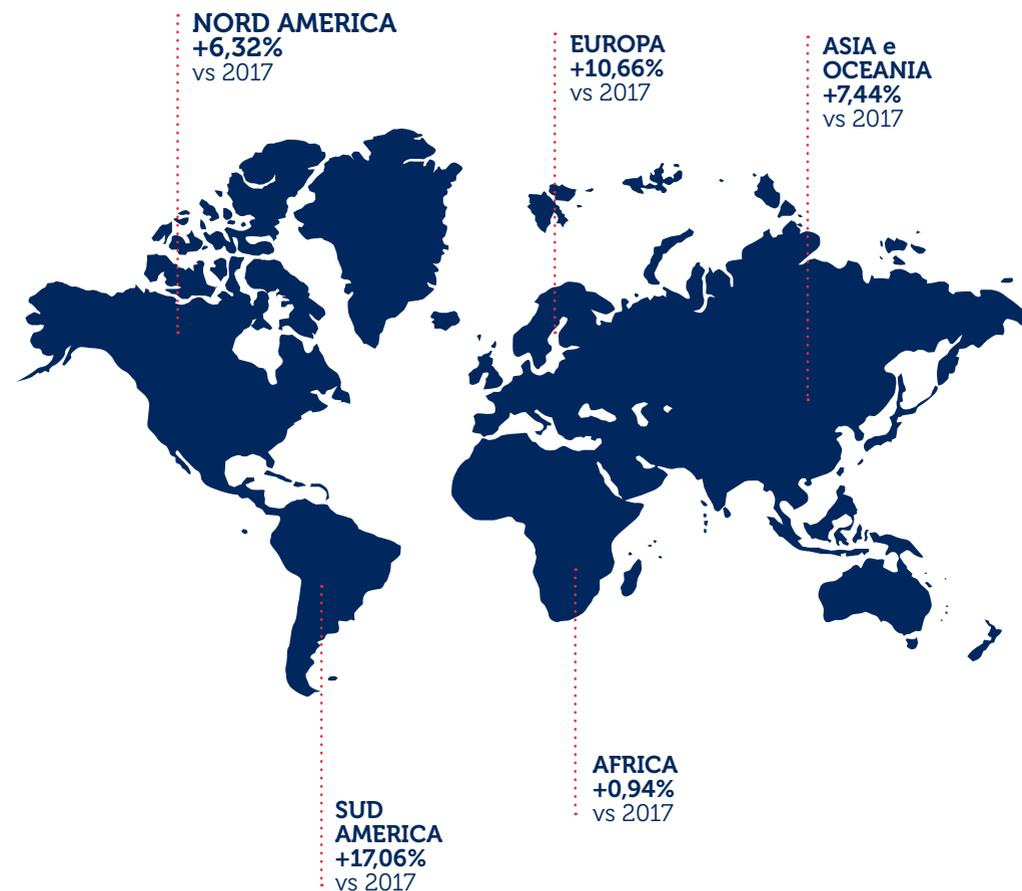
La missione dell'azienda "vive" attraverso i suoi Marchi, che condividono ogni giorno con i consumatori principi e pratiche sostenibili. Ognuno dei Brand del Gruppo ha un suo purpose, ovvero un suo modo di declinare la missione complessiva per portare valore a individui e famiglie, territori e società nel suo complesso.

FATTURATO
REALIZZATO

2018

928
milioni di euro

📈 SANPELLEGRINO NEL MONDO



LA LEADERSHIP

Dal primo aprile 2018 il Gruppo Sanpellegrino - Nestlé Waters Italia guida la Regione South Europe del Gruppo Nestlé Waters.



FEDERICO SARZI BRAGA
Senior Vice President | Regional Business Head
Nestlé Waters South Europe



GIORGIO MONDOVÌ
BEO Italy



STEFANO MARINI
BEO International Business Unit



GIULIANO DAL FO
Head of Finance & Control



GABRIELLA CARELLO
Head of Human Resources



TIZIANA ALBANESE
Head of Technical & Manufacturing



MAURA SARTORE
Head of Supply Chain



STEFANIA MONTAGNER
Head of Market Program



ANTONIO PUNZIANO
Head of Public Category Affairs



MANUELA KRON
Head of Corporate Affairs

I MARCHI



S.PELLEGRINO
L'acqua ambasciatrice dell'eccellenza italiana in oltre 150 paesi.
Fonte: SAN PELLEGRINO TERME (BG).



BELTÈ
Stile di vita "naturale" con la Linea Bio senza zuccheri e dolcificanti, certificata da BioAgricert.



ACQUA PANNA
Il gusto della Toscana sulle tavole di tutto il mondo.
Fonte: SCARPERIA E SAN PIERO (FI).



SANBITTÈ
Il vero aperitivo all'italiana. Emblema dell'autentico aperitivo italiano, sinonimo di convivialità e alta qualità.



LEVISSIMA
La purezza della montagna nel cuore.
Fonte: CEPINA (SO).



GINGERINO
La forza della genuinità. Storico aperitivo del Triveneto, al cui territorio e alle cui tradizioni è ancora legato da una forte relazione.



NESTLÉ VERA
Per un futuro sempre più "sano".
Fonti: SAN GIORGIO IN BOSCO (PD), SANTO STEFANO QUISQUINA (AG), CASTROCELO (FR).



ACQUA BRILLANTE
Tradizione dissetante. Una tradizione italiana, nata da un marchio storico che risale al 1954 e preparata con un'antica ricetta tuttora segreta.



BIBITE SANPELLEGRINO
Il valore delle tipicità agricole italiane. Una vasta gamma di bibite con una lunga storia, iniziata nel 1932 con l'Aranciata Sanpellegrino, che contiene solo arance 100% italiane.



NESTEA
Gusto autentico e rinfrescante con una nuova ricetta più semplice e con ingredienti selezionati. Foglie di tè provenienti dal Nilgiri, India, con certificazione Rainforest Alliance.

LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO



★ LE PERSONE

Le persone di Sanpellegrino sono il cuore, la forza, la passione dell'azienda. Tutto ciò che il Gruppo Sanpellegrino riesce a realizzare avviene grazie al loro impegno. Per questo l'azienda valorizza il loro talento e il loro lavoro, favorendo la conciliazione delle diverse dimensioni della loro vita.

Il coinvolgimento diretto delle persone dell'azienda gioca un ruolo importante nell'ottenimento di importanti risultati. In tale ottica, determinanti sono le politiche di genere e di work life balance, grazie ad un programma di smart working che coinvolge tutti i livelli **(con una media di 2.921 ore al mese nel 2018)**.

Il Comitato di Direzione è composto per il 50% da uomini e per il 50% da donne.

Il Gruppo Sanpellegrino è un'azienda mediamente giovane: **il 12% della popolazione ha meno di 30 anni e oltre il 66% ne ha meno di 50.**

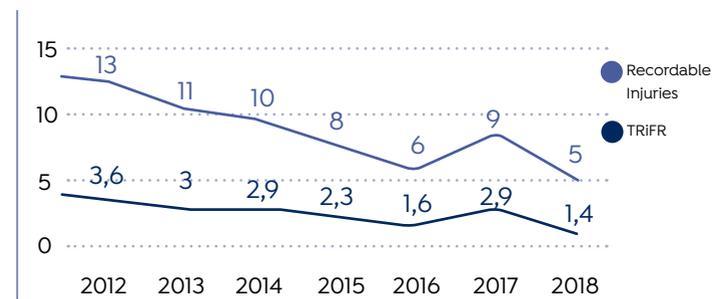
LA SICUREZZA DELLE PERSONE

Nel 2018 è stata confermata la certificazione **OHSAS 18001** (sicurezza e salute sul lavoro) dei 7 stabilimenti e della sede di Assago. Oltre agli incontri formativi specifici, nel corso del 2017 si sono effettuati anche degli incontri in cui è stato commentato il cortometraggio "Istanti di Vita", girato con il contributo diretto di persone interne all'azienda con l'obiettivo di coinvolgere il 100% delle persone del Gruppo Sanpellegrino.

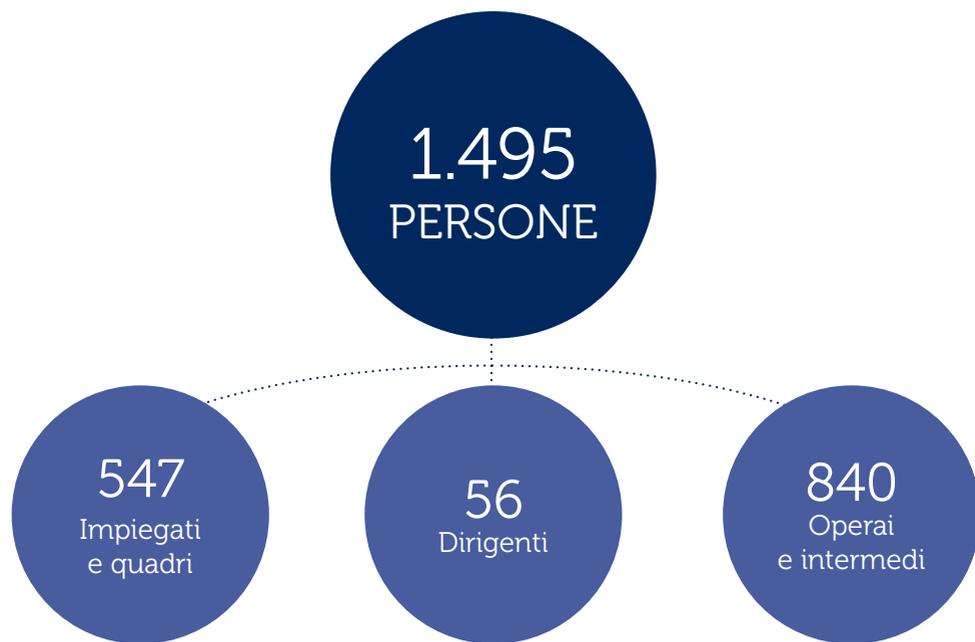
Il filmato ha permesso di creare un momento di riflessione sulle "regole che ci salvano la vita". Per effettuare azioni di prevenzione, si sono coinvolti ancor più direttamente tutti i dipendenti, stimolando la segnalazione di condizioni e comportamenti insicuri e mancati infortuni. Nel 2018 è stato valorizzato l'impegno del Gruppo sulla sicurezza con un focus specifico su diverse tematiche come stress e resilienza, nutrizione e attività di safe driving. L'impegno è stato esteso a tutti i colleghi durante la "Giornata della Salute e della Sicurezza".

L'ANDAMENTO DEGLI INDICI DI SICUREZZA

Nel 2018 si sono verificati 5 incidenti di lievi entità, a fronte dei 9 dell'anno precedente.



LE PERSONE DI SANPELLEGRINO



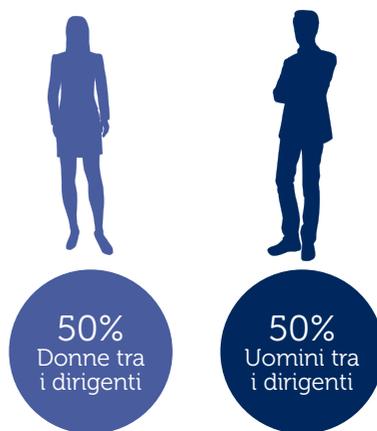
EQUILIBRIO DI GENERE



POPOLAZIONE



LEADERSHIP



★ LINKEDIN BREAKFAST

La Creazione di Valore Condiviso si fa con il lavoro quotidiano dei dipendenti del Gruppo. Esserne ambasciatori anche su LinkedIn, la piattaforma impiegata nella diffusione di contenuti relativi al mercato del lavoro, è un modo per far conoscere il mondo di un'azienda e valorizzare la crescita della stessa anche grazie al supporto delle persone che ne fanno parte.

A novembre 2018 le persone di Sanpellegrino hanno incontrato ad Assago un team di esperti i quali hanno reso le persone sempre più capaci di utilizzare il social network non solo come un mezzo per valorizzare le loro competenze, ma anche per allargare la cerchia di collegamenti e diventare sempre più attivi nella condivisione di contenuti di valore, anche sulle pagine della propria azienda.



IL MODELLO CIRCOLARE

★ THE FUTURE WE SHARE

Per un'azienda che 'coltiva' acqua, avere un approccio circolare significa considerare l'impatto ambientale e sociale di ogni passaggio della catena del valore perché questo diventi una leva di creazione di valore per sé e per tutti gli interlocutori. Ciò è reso possibile da un lato puntando alla riduzione dell'impronta ecologica sui territori nei quali opera, e dall'altro aumentando progressivamente i benefici sociali su queste aree.

Sanpellegrino da sempre lavora per offrire un prodotto capace di creare valore - economico, ambientale, sociale - dalla fonte (o dall'aranceto nel caso delle bibite) fino alla tavola. E oltre. Perché solo attraverso un modello efficiente e sostenibile in ogni passaggio è possibile reinvestire nella crescita e perseguire l'obiettivo finale dell'azienda, ovvero contribuire a un futuro di salute e benessere per le persone. Questo report è, dunque, un viaggio nel ciclo di vita del Gruppo Sanpellegrino, partendo dalle fonti e dal territorio, proseguendo con la produzione e l'imbottigliamento, continuando con la logistica e i trasporti, per arrivare al consumo e chiudersi con il reimpiego del packaging.

Senza dimenticare che ogni passaggio è finalizzato all'interazione e integrazione con le grandi aree di influenza e impatto del "purpose", ovvero della missione del Gruppo: le persone, il territorio, la società e il Pianeta in senso ampio.

Tutte le iniziative che verranno illustrate nei capitoli successivi e che costituiscono un esempio di contributo a una nuova idea di economia improntata alla circolarità, hanno come destinatari e protagonisti gli individui, intesi come singoli o come gruppi, interni all'azienda o esterni; il tessuto socio-economico nel quale i singoli brand operano attraverso i loro stabilimenti di produzione e imbottigliamento; e la biosfera come palcoscenico in cui si muove il Gruppo Sanpellegrino nella sua interezza.



FONTI E TERRITORIO

Sanpellegrino gestisce il ciclo industriale dell'acqua nel pieno rispetto delle leggi nazionali, mantenendo costante l'equilibrio tra prelievo e ricostituzione della falda. La tutela della risorsa acqua va però ben oltre le norme, perchè l'azienda è pienamente conscia della profonda relazione tra tutela del territorio e sostenibilità delle proprie attività.

I SITI PRODUTTIVI



LA TUTELA DELL'ACQUA: I NUMERI

83

milioni di litri d'acqua risparmiati.

Equivalgono a



33 piscine olimpioniche



553.333 vasche da bagno

1,70

consumo medio per litro imbottigliato contro 1,76 nel 2017

★ DOVE NASCE LA NOSTRA ACQUA

Secondo la normativa **un'acqua minerale deve possedere i seguenti requisiti.**

- L'origine sotterranea e protetta
- La purezza originaria e la sua conservazione
- Il tenore in minerali, oligoelementi e le caratteristiche essenziali costanti nel tempo, incluse proprietà favorevoli alla salute
- L'imbottigliamento all'origine
- Approvazione da parte del Ministero della Salute

Le acque minerali naturali si distinguono dalle acque potabili per la purezza originaria e la loro conservazione, per il tenore in minerali, oligoelementi o altri costituenti. Vanno tenute al riparo dal rischio di inquinamento per preservare la loro purezza. La legge prevede l'imbottigliamento alla fonte, che sigilla tutte le proprietà con cui l'acqua sgorga.

Ogni acqua minerale è diversa grazie ai sali minerali e agli oligoelementi che acquisisce lungo il suo percorso sotterraneo: poiché la composizione è stabile e garantita, è sufficiente leggere l'etichetta per sapere quello che la caratterizza. **L'acqua minerale è il prodotto di un percorso sotterraneo unico.** Per questo, le caratteristiche di ogni acqua minerale sono frutto del territorio in cui sgorga.

★ LA SALVAGUARDIA DELLA RISORSA IDRICA E DEL TERRITORIO

La legge italiana prevede che, per poter esercitare la sua attività, ogni azienda di imbottigliamento di acqua minerale naturale debba disporre dell'autorizzazione ufficiale a utilizzare una o più fonti.

Si tratta della "concessione mineraria", rilasciata per le zone in cui sono ubicate le fonti solo ad aziende che dimostrino di essere in grado di gestire il ciclo industriale necessario a estrarre, imbottigliare e distribuire l'acqua preservandone la purezza originaria, la costanza della composizione, le caratteristiche salubri e mantenendo costante l'equilibrio fra captazione (prelievo) e ricostituzione della falda acquifera.

La tutela della risorsa acqua all'interno del proprio territorio di appartenenza va oltre il rispetto normativo, perché l'azienda è consapevole di quanto inscindibile sia la relazione fra purezza incontaminata del territorio e sostenibilità delle proprie attività nel tempo. Le marche del Gruppo sono scelte dai consumatori perché essi riconoscono in questa risorsa caratteristiche intrinseche dei territori da cui essa proviene, sia esso l'ambiente dell'alta montagna da cui scende Levissima o la collina toscana da cui sgorga Acqua Panna.

★ ALLIANCE FOR WATER STEWARDSHIP

La certificazione Alliance for Water Stewardship è lo standard di riferimento internazionale per promuovere la gestione sostenibile e condivisa della risorsa acqua nel mondo.

Lo standard AWS guida, riconosce e premia il raggiungimento di best practices in quattro aree chiave:



Nestlé Waters si impegna a certificare tutti i propri Stabilimenti entro il 2025.

In Italia il Gruppo Sanpellegrino, che ha aderito a questa iniziativa partendo dalla fonte di Santa Rosalia del sito produttivo di Santo Stefano Quisquina (AG), entro il 2025 coinvolgerà il resto degli stabilimenti dove vengono imbottigliate le sue acque minerali: Acqua Panna a Scarperia e San Piero (FI), S.Pellegrino a San Pellegrino Terme (BG), Levissima a Cepina Valdisotto (SO), Nestlé Vera fonte In Bosco a San Giorgio in Bosco (PD) e fonte Naturae a Castrocielo (FR).

★ LE COMUNITÀ LOCALI

Il Gruppo Sanpellegrino da sempre sviluppa una profonda relazione con i territori in cui opera. **L'imbottigliamento di acqua minerale è un'attività che, in quanto non delocalizzabile, crea valore nelle comunità locali, generando ricadute positive in chiave economica, ambientale e sociale.**

Il Gruppo ha un ruolo attivo nella promozione economica e turistica delle aree dove sono site le fonti, che si concretizza attraverso iniziative che vengono realizzate considerando le seguenti linee guida:

- **Rilevanza per la Comunità:** i progetti rispondono a bisogni o aspettative concrete della comunità, emersi durante un processo di ascolto strutturato e costante;
- **Inclusività:** vengono privilegiati i progetti i cui benefici si estendono a un maggior numero di cittadini, puntando a coinvolgere il maggior numero di categorie sociali;
- **Sinergia:** il Gruppo cerca sempre la collaborazione con gli altri attori pubblici e privati del territorio per mettere a sistema risorse e conoscenze.

| AREA DI IMPATTO | TOTALE 2017 (M euro) | TOTALE 2018 (M euro) |
|---|-------------------------|-------------------------|
| Occupazione diretta sul territorio (lavoratori provenienti da un raggio > 10Km dai siti produttivi) | 62,2 | 66,4 |
| Forniture locali (escluse le utilities) | 94,6 | 94,2 |
| Imposte territoriali | 4,5 | 4,6 |
| Contributi alla tutela ambientale e allo sviluppo locale | 1,5 | 1,2 |
| Totale del valore generato sulle comunità | 162,88 | 166,40 |

NAZIONALE

Iniziative di formazione dedicate alle associazioni locali di categoria sul comparto dell'acqua minerale, sostenibilità economica, sociale e ambientale.

SAN PELLEGRINO TERME (BG)

Partecipazione a "Visit Brembo", network pubblico-privato che coinvolge 37 Comuni, 5 Enti Pubblici e 3 partner privati con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo turistico e il patrimonio naturale e artistico del territorio.

S. STEFANO QUISQUINA (AG)

Celebrazioni World Water Day e incontri con la comunità. Sanpellegrino supporta il rifacimento dei tratti obsoleti della rete idrica del Comune per diminuire le perdite di acqua nell'ambito di un piano pluriennale. Certificazione dello stabilimento per la Gestione Sostenibile della Risorsa Acqua nel marzo 2019 (AWS – Alliance for the Water Stewardship).

SCARPERIA E SAN PIERO (FI)

Protocollo d'intesa tra Sanpellegrino e Regione Toscana per accompagnare lo sviluppo del brand Panna nel processo di internazionalizzazione e promuovere ancora di più il "made in Tuscany", nel rispetto di una gestione sostenibile e condivisa della risorsa acqua. Avvio del percorso di certificazione dello stabilimento Panna per la Gestione Sostenibile della Risorsa Acqua AWS – Alliance for the Water Stewardship).

CASTROCELO (FR)

Celebrazioni del World Water Day con le scolaresche della Comunità. Supporto alla campagna di scavi del sito di Aquinum: Nestlé Vera premiata come mecenate nell'ambito del Programma Art Bonus del Ministero della Cultura.

SAN GIORGIO IN BOSCO (PD)

Celebrazioni del World Water Day e incontri con la comunità.

VALDISOTTO (SO)

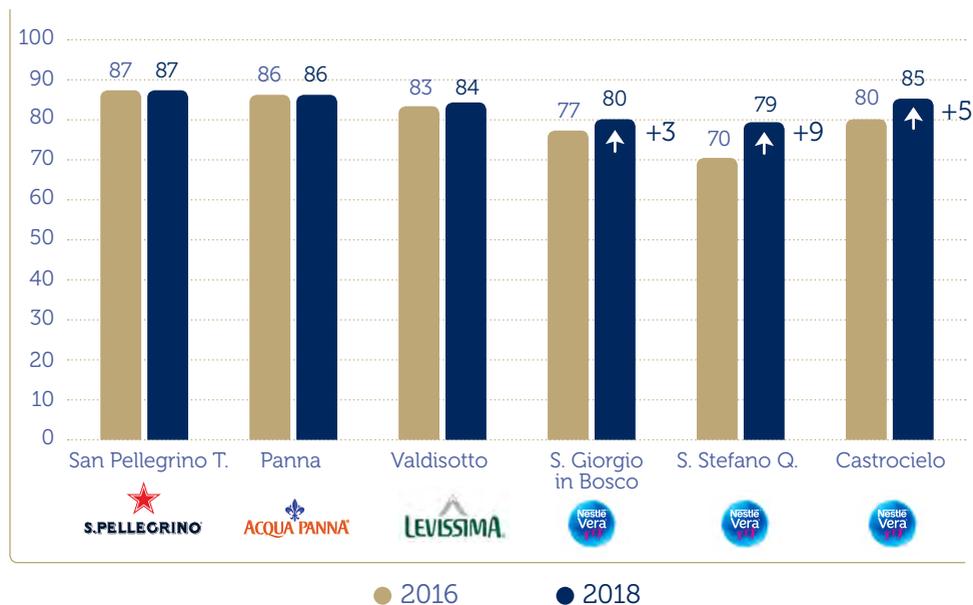
Promozione turistica del territorio da cui nasce l'acqua Levissima, animata da diverse iniziative tra cui "Levissima 3000", uno chalet in alta quota che valorizza l'offerta turistica del territorio. Partnership con Università degli Studi di Milano per la ricerca sui ghiacciai.

★ IL COMMUNITY RELATIONS PLAN 2018

L'ascolto delle comunità in cui operiamo è fondamentale per comprenderne le esigenze e, conseguentemente, realizzare investimenti e progetti efficaci in una prospettiva di reciprocità.

L'efficacia della relazione è valutata attraverso il LAI, Local Acceptability Index, che indica il giudizio espresso dalla Comunità sull'azienda considerando 3 aree: gestione dell'acqua, impatto sull'ambiente e sviluppo socio-economico. Nel 2018 risulta stabile o in aumento in tutti i siti produttivi.

LOCAL ACCEPTABILITY INDEX





★ UNA FABBRICA CONDIVISA PER L'ALTA MONTAGNA

A partire dal 2017, Levissima ha intrapreso il rinnovamento dello stabilimento di Cepina Valdisotto. Si tratta di un investimento di **30 milioni di euro**, che ha l'obiettivo di rendere lo stabilimento più moderno, competitivo e adeguato alle crescenti esigenze di Levissima, ma anche di renderlo un vero e proprio specchio della vocazione di questa marca. **L'intero piano è infatti co-progettato con le persone di Levissima e la comunità, per realizzare una "Sharing Factory" che integra i bisogni degli individui e interagisce con stakeholder locali e nazionali.**

Tutto comincia dalle persone dello stabilimento, coinvolte in un percorso teso a rendere il loro luogo di lavoro più confortevole e funzionale, pensato per il benessere negli spazi e nei servizi offerti.

PARTNERSHIP

Partnership con il Parco Nazionale dello Stelvio e l'Università degli Studi di Milano



★ LEVISSIMA 3000: UN PROGETTO INNOVATIVO E SOSTENIBILE DI TURISMO AD ALTA QUOTA

Levissima è promotrice di un piano a lungo termine che vede co-protagonisti il Parco Nazionale dello Stelvio, gli Enti Territoriali e diverse imprese locali e nazionali. Un laboratorio di progettazione territoriale che si muove su tre assi. Il primo è la promozione turistica, di cui Levissima 3000 è un esempio: uno Chalet esclusivo realizzato con materiali locali e sostenibili, studiato attentamente nelle forme e negli spazi per integrarsi con un ambiente montano unico e permettere una totale immersione nello splendido paesaggio alpino circostante. Il secondo è la ricerca, che vede Levissima da oltre dieci anni impegnata al fianco dei glaciologi dell'Università degli Studi di Milano per lo studio e la protezione dei ghiacciai alpini. Il terzo asse è il rinnovamento dello Stabilimento di Cepina Valdisotto, un progetto da oltre 30 milioni di euro intrapreso lo scorso anno, che darà alla fabbrica un ruolo sempre più forte nelle dinamiche di crescita sostenibile locale grazie a un'apertura nei confronti della comunità, e dell'intera Valtellina.



★ IL PROGETTO GHIACCIAI LEVISSIMA

La collaborazione decennale di Levissima con l'Università degli Studi di Milano ha portato importanti risultati. Fra questi, la pubblicazione del primo Atlante dei Ghiacciai Italiani che crescerà negli anni anche grazie ai nuovi spazi destinati alla ricerca che Levissima sta progettando per la sua Sharing Factory. Un team di ricercatori dell'Università degli Studi di Milano in forza al Dipartimento di Scienze e Politiche Ambientali si dedica da oltre 10 anni allo studio della superficie dei ghiacciai italiani con il sostegno di Levissima. Molti dei dati raccolti attraverso immagini da satellite e foto aeree sono confluiti nel "Nuovo Catasto dei Ghiacciai Italiani", il punto di riferimento più aggiornato per descrivere lo stato di salute dei 903 ghiacciai presenti nel nostro Paese e nel relativo Annex che raccoglie gli aggiornamenti successivi al 2015 (anno di pubblicazione del catasto) e ulteriori informazioni come quota minima e massima, coordinate, toponimo e lunghezza di ogni singolo ghiacciaio.

SOSTEGNO CONCRETO

2 stazioni meteorologiche automatiche permanenti sul Ghiacciaio dei Forni dal 2014 hanno permesso all'Italia di essere inserita in network internazionali dell'Organizzazione Meteorologica Mondiale (WMO) e del programma Horizon 2020.

Strumentazione in Val Dosdè: una stazione meteorologica automatica permanente a valle del Ghiacciaio Dosdè e un idrometro nel torrente Dosdè per una migliore conoscenza e modellazione della quantità di acqua di fusione che deriva dal ghiacciaio.

8 sensori installati su Cima de Piazzì dal 2010 permettono di studiare il permafrost e la degradazione della roccia.

1 drone dal 2014 permette di eseguire periodici rilievi in particolare sulla fronte e sulla superficie del Ghiacciaio dei Forni.

RISULTATI SCIENTIFICI

Pubblicazione dell'Atlante dei Ghiacciai Italiani e del relativo Annex

18 ricercatori coinvolti.

>10 pubblicazioni scientifiche di alto livello ogni anno, tra queste molte su riviste internazionali open access che permettono la libera fruizione senza pagamento di costi da parte dei lettori.

Tra queste pubblicazioni open access citiamo quelle sull'Atlante dei ghiacciai, la prima relativa all'uso in Italia (nel 2015) di droni per monitorare i ghiacciai, la prima in Italia relativa al fenomeno di espansione delle aree proglaciali conseguente al ritiro dei ghiacciai!

COINVOLGIMENTO DELLE PERSONE

Dal 2016 la vendita del **braccialetto Everyday Climbers** sull'e-commerce finanzia il progetto. 5/6 tesi di laurea all'anno e alternanza scuola lavoro con decine di studenti di licei su tematiche glaciologiche e climatologiche d'alta quota. Seminari e workshop presso licei e associazioni di montagna. Partecipazione all'evento TEDxBergamo (16 Marzo 2019) dove il PI del progetto per UNIMI è stata speaker.

Partecipazione al **dibattito europeo** per la condivisione di metodologie e dati e la definizione di protocolli e linee guida standard. Nel 2017 i ricercatori hanno partecipato alla seconda campagna di misure del principale progetto europeo tenutasi in Islanda e nel 2018 alla terza e ultima campagna in Finlandia. **1 scuola internazionale** sulla misura e modellazione della neve (Bormio, Marzo 2018).



★ LE MATERIE PRIME

La qualità delle bibite Sanpellegrino dipende dalle materie prime utilizzate e dalla volontà di dare al consumatore un prodotto di qualità con una lista ingredienti il più possibile corta. Per questo, **Gruppo Sanpellegrino ha anticipato fin dal 2015 la normativa italiana che oggi consente solo alle bibite che hanno più del 20% di succo ad essere definite 'aranciate'**.

In questa ottica, anche la selezione e la scelta dei fornitori è fondamentale. Questi solo valutati secondo quattro pilastri fondamentali: standard di lavoro, salute e sicurezza, trasparenza ed etica del business e ambiente.

Le Aranciate Sanpellegrino, esportate in tutto il mondo, hanno una ricetta realizzata esclusivamente con arance 100% italiane. Gli agrumi che vengono lavorati per ottenere il prodotto finale sono di origine italiana e provengono dalla Sicilia e dalla Calabria.



Le aziende partner sono molteplici e con esse il Gruppo Sanpellegrino stabilisce rapporti di lungo termine. Ad esempio l'azienda agricola Castrorao, che si trova fra Paternò e Giardini Naxos in Sicilia, fornisce da oltre 60 anni in maniera esclusiva i chinotti da cui è tratta la famosa bibita. Con altre aziende agricole, come Arcoria, la relazione comprende anche il sostegno a un'agricoltura più sostenibile, grazie a investimenti di lungo termine che si traducono in innovazione tecnologica.

Altre, come Canditfrucht, lavorano con Sanpellegrino per la trasformazione e l'estrazione dei succhi, che lasciano la Sicilia sotto forma di concentrato per andare a comporre le ricette delle bibite.

Nei primi mesi del 2018 un tour con un gruppo di stakeholder ha consentito di valorizzare queste relazioni, che si traducono in un contributo concreto alla crescita sostenibile dei territori di produzione.

PRODUZIONE E IMBOTTIGLIAMENTO

Tutti i processi di produzione e imbottigliamento dei prodotti Sanpellegrino mirano a ridurre al massimo l'impatto ambientale delle attività secondo un'ottica "zero waste": questo significa tendere a una corrispondenza fra acqua prelevata e acqua imbottigliata, ridurre i consumi energetici privilegiando le fonti alternative.

★ SOSTENIBILITÀ. MENO È MEGLIO

Ottimizzazione del ciclo produttivo e miglioramento organizzativo si traducono in maggior efficienza dell'utilizzo delle risorse energetiche, riduzione degli sprechi e maggiore sicurezza sul lavoro.

Questo significa riduzione progressiva dell'impatto socio-ambientale a livello di Gruppo.



★ EFFICIENZA ENERGETICA

La performance energetica del Gruppo Sanpellegrino è in costante miglioramento. Dal 2011 tutti gli stabilimenti utilizzano il 100% di energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili certificata RECS (Renewable Energy Certificate System).

Per quanto riguarda i siti produttivi, c'è stato un miglioramento continuo che ha consentito anche quest'anno una riduzione importante delle emissioni climalteranti e in particolare della CO₂, diminuite del 55% dal 2010 al 2018.

📈 EMISSIONI CLIMALTERANTI



Grammi di CO₂ per litro di acqua imbottigliato.



S.PELLEGRINO

★ FACTORY OF THE FUTURE

La Factory of the Future di S.Pellegrino è stata concepita per contribuire attivamente alla valorizzazione turistica della Val Brembana, la valle delle Alpi occidentali da cui sgorga S.Pellegrino.

Sviluppata a partire dal progetto dell'architetto danese Bjarke Ingels, la nuova "casa" di S. Pellegrino prevede un investimento di 90 milioni di euro. Costituirà un rinnovamento di quella esistente, rendendo la fabbrica parte ancora più integrante della natura circostante, quasi affiorando dal terreno e diventando tutt'uno con il territorio.

Ciò è possibile grazie all'utilizzo dell'arco, che si ispira agli acquedotti romani ma anche alle volte a botte delle cantine più prestigiose per simboleggiare la preziosità dell'acqua.

Una forma che BIG, lo Studio di Architettura incaricato del Progetto, ha riconosciuto come elemento dominante del paese di Sanpellegrino Terme e che ha scelto come forma predominante, che abbatte la tradizionale divisione tra linee di produzione ed uffici, consentendo anche, sotto forma di pergolati verdi e tunnel coperti, di avere diversi punti di osservazione sul paesaggio, annullando la frattura tra interno ed esterno.

I visitatori e i dipendenti potranno essere ancora più vicini agli elementi naturali: un vero e proprio museo dell'acqua a cielo aperto con al centro un Experience Lab, gigantesca riproduzione ecologica che sintetizza in pochi metri il viaggio trentennale dell'acqua.





★ HERITAGE E BIODIVERSITÀ

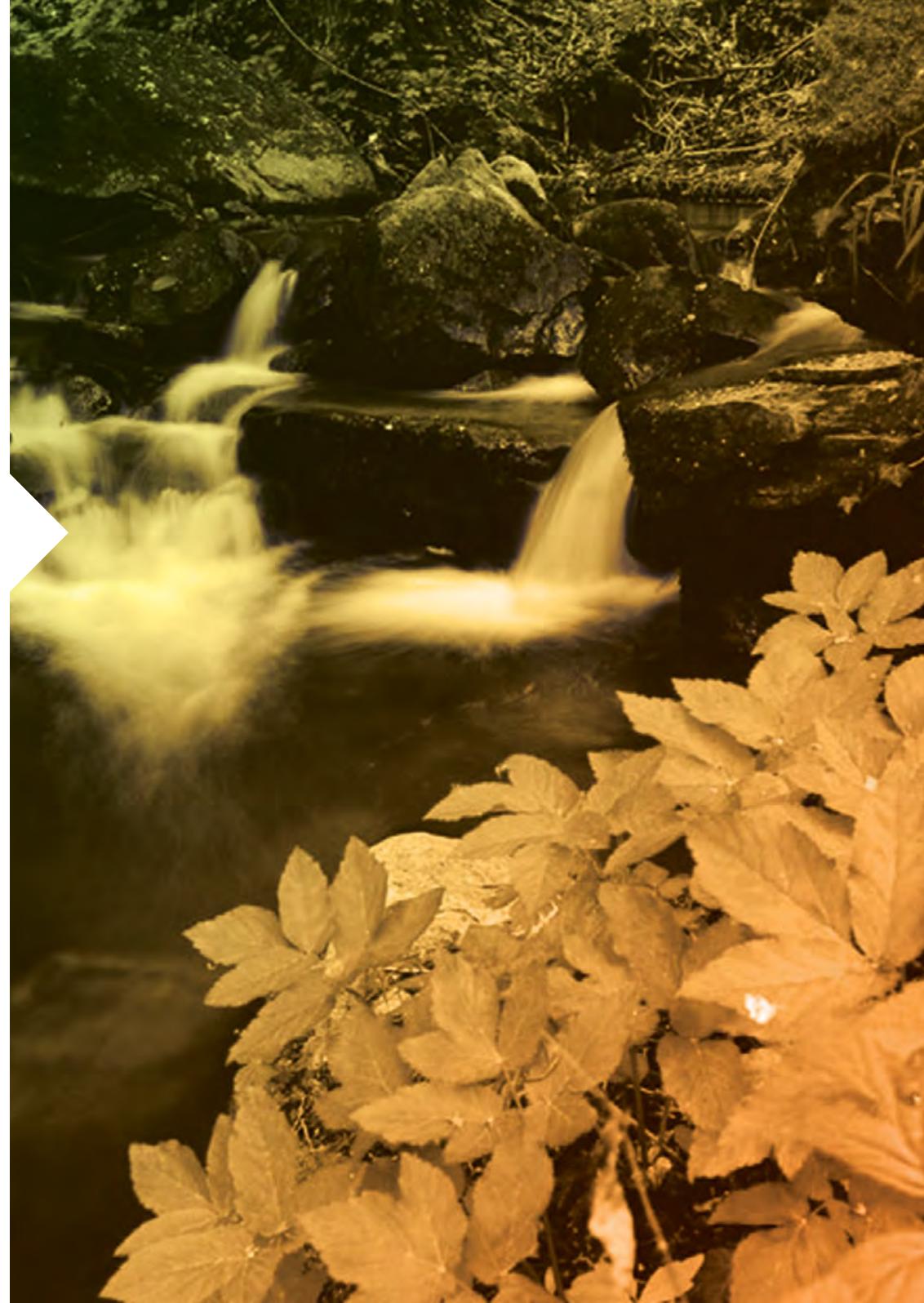
La sorgente di Acqua Panna si trova nel cuore di un territorio incontaminato di 1300 ettari, bandito nel 1564 dalla famiglia dei Medici come riserva di caccia. Il territorio, prevalentemente costituito da boschi, prati ed in misura minore da terreni coltivati a cereali e erba medica destinati esclusivamente all'alimentazione degli animali selvatici, viene gestito in modo tale da favorire il perfetto equilibrio tra l'attività umana e la componente vegetale e faunistica.

Dal 2000 Panna ha scelto di praticare l'agricoltura biologica certificata utilizzando esclusivamente sostanze organiche di origine naturale.

La gestione del patrimonio boschivo è finalizzata esclusivamente al suo mantenimento.

L'adozione di pratiche sostenibili ha permesso, nel tempo, non solo di preservare la biodiversità, ma anche di favorire il ritorno di alcune specie di animali e di diffonderle nel territorio circostante.

In questa prospettiva, minimizzare l'impatto ambientale della produzione è di grande rilevanza: Acqua Panna lo fa attraverso, ad esempio, l'utilizzo di LNG (gas naturale liquefatto) come fonte energetica esclusiva per ridurre le emissioni di gas serra e, più in generale, l'inquinamento locale.



TRASPORTI E LOGISTICA

Nella logistica il Gruppo persegue una strategia sistemica che si concretizza in:

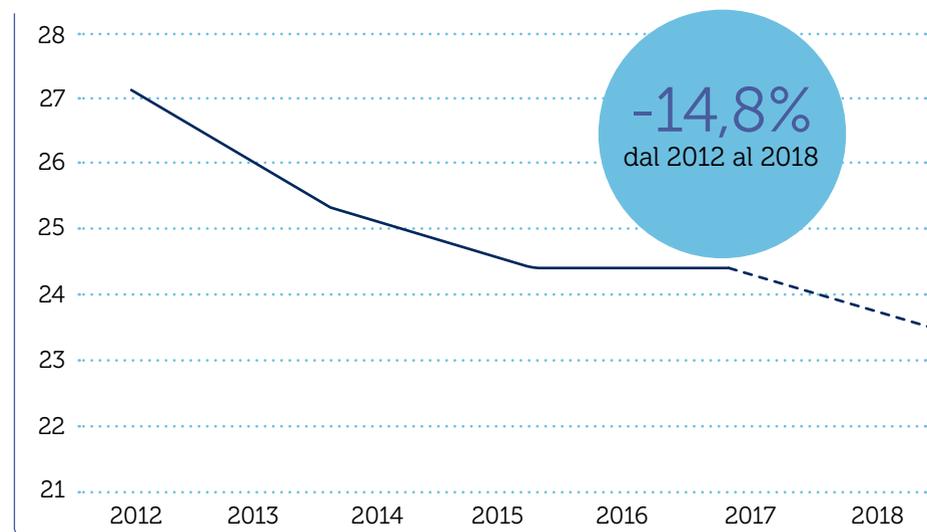


Da sempre il Gruppo Sanpellegrino privilegia l'utilizzo dei trasporti su rotaia, grazie ad un rapporto consolidato con Mercitalia Logistics SpA, tanto che l'azienda costituisce il più grande cliente diretto di Trenitalia nel largo consumo.

La percentuale legata al trasporto a mezzo treno e nave nel 2018 è stata del 33%, una percentuale inferiore all'anno precedente, che corrisponde però a un accorciamento delle tratte medie trasportate, grazie all'entrata in funzione a pieno regime dello Stabilimento di Castrocielo.

Nel 2018 sono proseguiti i progetti che prevedono l'utilizzo di mezzi alimentati a LNG, il combustibile fossile più "green" e la terza fonte di energia a livello globale. Nel 2018 i mezzi alimentati a LNG sono aumentati da 36 a 47.

UN PERCORSO SEMPRE PIÙ VERDE



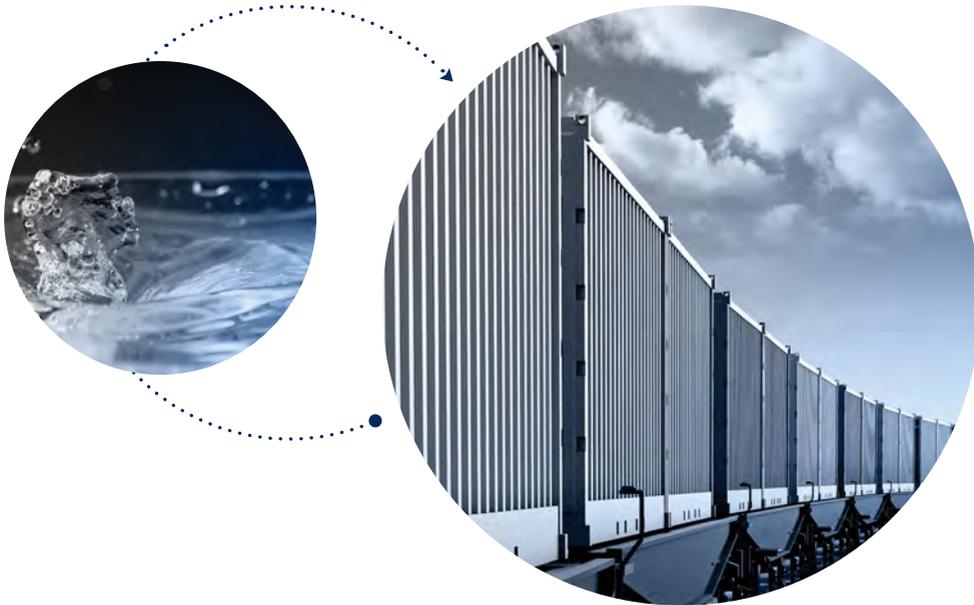
Grammi di CO₂ per litro di acqua trasportato.



★ UN TRENO D'ACQUA PER CAMST

Uno dei progetti di punta è "Sostenibilità Insieme", che raccoglie Sanpellegrino, CAMST - leader nella ristorazione collettiva - Interporto di Padova, Interporto di Bologna e, appunto, Trenitalia Cargo.

L'iniziativa, sviluppata per trasportare su rotaia l'acqua minerale Nestlé Vera su una tratta di 140 km, generalmente coperta da gomma, permette di trasportare via treno l'equivalente di circa 500 autotreni l'anno con un risparmio pari a **66,5 tonnellate di CO₂**. Questo significa ridurre del 78% le emissioni di gas serra e del **74%** i consumi energetici.



★ I PARTNER DELLA LOGISTICA. A TUTTO LNG

LNG sta per Gas Naturale Liquefatto e rappresenta l'ultima frontiera di carburanti di origine fossile a ridotto impatto ambientale: se paragonato ad un veicolo a diesel, uno a LNG può consentire una riduzione delle emissioni di anidride carbonica fino al 15%. Inoltre, sempre nel confronto col veicolo a gasolio, può ridurre quasi a zero le emissioni di particolato, anche sottile, e diminuire fino al 90% le emissioni di NOx (fonte: NGV Italy).

Proprio per sfruttare al meglio le potenzialità di questo carburante, Levissima e Gruppo Maganetti, leader logistico della provincia di Sondrio, hanno creato il progetto LNG.

Due imprese hanno promosso l'infrastrutturazione del territorio attraverso l'apertura di una stazione di rifornimento dedicata.

Per garantire la scalabilità del modello è fondamentale la creazione di una rete di partenariato che coinvolge soggetti pubblici e privati e che ha trovato in Valtellina un contesto particolarmente virtuoso.

In un approccio circolare, l'utilizzo di un giusto mix di fonti energetiche rinnovabili e pulite è un fattore di successo. Oggi una nuova frontiera è rappresentata dal biogas e anche su questo si concentreranno gli sforzi dei partner per il futuro.



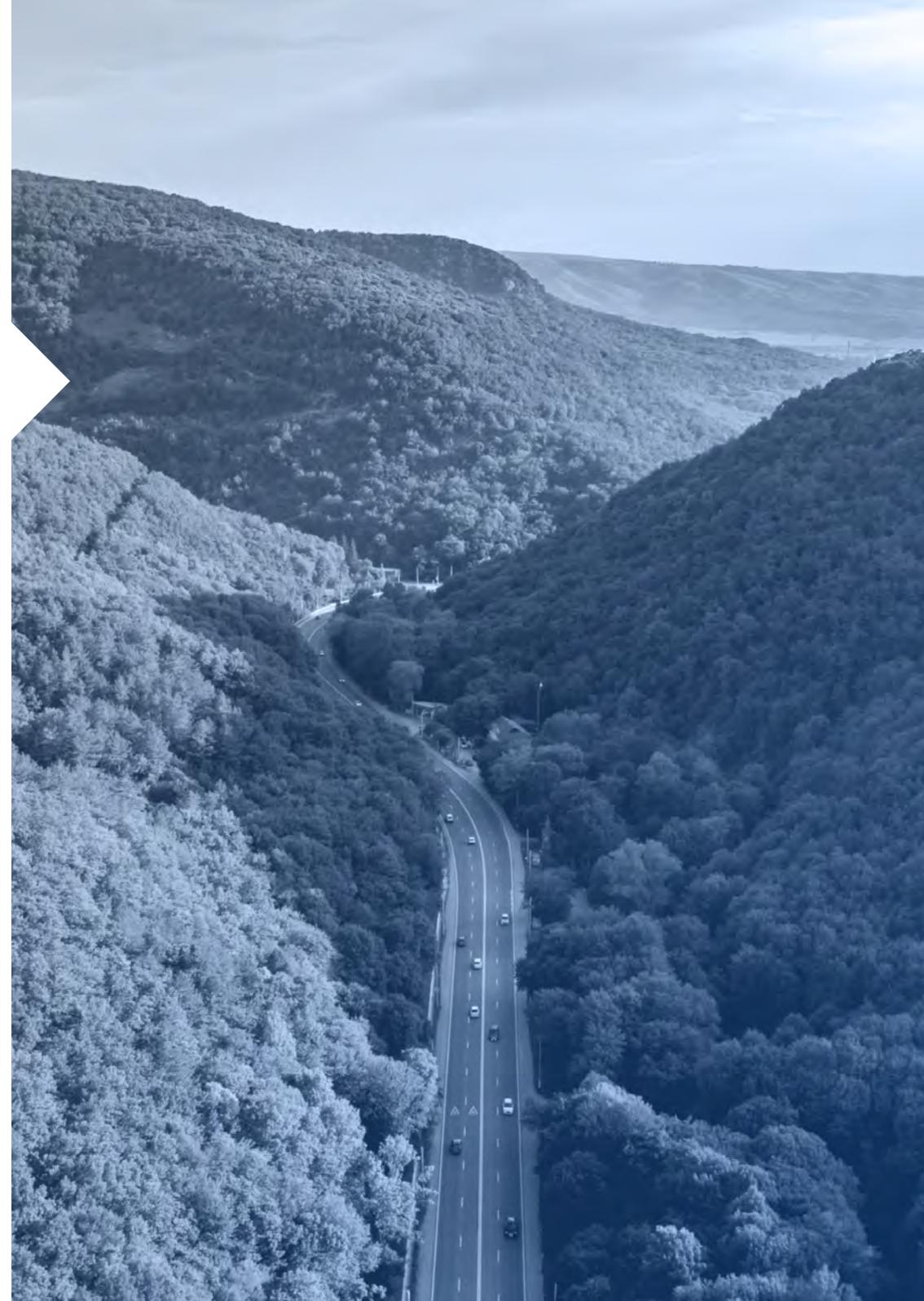


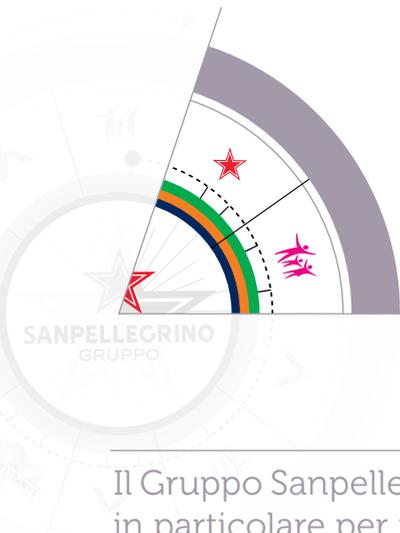
S.PELLEGRINO

★ **SEMPRE PIÙ GREEN.**

Dai primi mesi del 2019 il Gruppo ha rafforzato il proprio impegno per la sostenibilità ambientale grazie all'utilizzo di una nuova flotta formata al 100% da veicoli alimentati a LNG (Liquefied Natural Gas) per il trasporto dell'acqua minerale S.Pellegrino dallo stabilimento di Ruspino all'hub di Madone, dal quale l'acqua viene poi distribuita in oltre 150 paesi. La tratta permette di risparmiare 500 tonnellate di anidride carbonica ogni anno, su una tratta di 30 km.

Un progetto innovativo, realizzato con il supporto logistico del Gruppo Koiné e la tecnologia dei veicoli Scania, che permette al brand di tagliare un nuovo importante traguardo a favore della sostenibilità.





CONSUMO E CITTADINI

Il Gruppo Sanpellegrino promuove la corretta idratazione, in particolare per i bambini e le famiglie.

Nel 2018 i messaggi su questo tema hanno potuto raggiungere un pubblico molto ampio, sia attraverso l'attività di una piattaforma multistakeholder di tipo istituzionale, sia mediante l'impegno di Nestlé Vera per un'idratazione non solo corretta, ma divertente, per i bambini.

★ L'IDRATAZIONE SECONDO SANPELLEGRINO: I RISULTATI DELL'IMPEGNO

Con il sostegno del Gruppo Sanpellegrino, la Società Italiana di Pediatria Preventiva e Sociale (SIPPS), ha sviluppato nel 2016 il primo decalogo italiano per la corretta idratazione dei bambini, presentato nel corso dello stesso anno a 10.000 pediatri.

Nel 2017 i pediatri raggiunti sono stati **18.000**. Il decalogo è stato inoltre oggetto di sessioni specifiche presso i convegni SIPPS, che si sono tenuti nella primavera del 2017 e del 2018.

L'**Osservatorio Sanpellegrino**, che rappresenta un gruppo di esperti in discipline diverse contribuisce alla diffusione di informazioni medico-scientifiche sulla corretta idratazione, insieme al portale Hydration Lab e al magazine "In a Bottle". In a Bottle, in particolare, è il magazine del Gruppo Sanpellegrino dedicato alla promozione dell'acqua e della sua importanza per la salute delle persone e del pianeta.

Importanti i risultati ottenuti che hanno visto nel 2018 oltre 1.600 articoli pubblicati e una readership di oltre 130 milioni.





★ L'ACQUA A MISURA DI MANINA

Nestlé Vera ha promosso un'idratazione non solo sana, ma anche divertente, per i bambini italiani, a partire dal prodotto stesso. **Nestlé Vera Kids**, il formato 25 cl maneggevole e con tappo 100% sicuro e anti-goccia, si è presentata in un'edizione "Happy Nights" con tappo ed etichetta fosforescente, tesa a promuovere un consumo indipendente d'acqua anche nelle ore notturne.

Nestlé Vera Happy Nights è stata presentata nell'aprile 2017 al Museo dei Bambini di Milano, di cui è acqua ufficiale, con un evento che ha coinvolto famiglie, blogger e influencer e ha permesso di comunicare l'importanza della corretta idratazione a **oltre 170.000 persone**.

Al MUBA di Milano, inoltre, Nestlé Vera realizza un ciclo di laboratori destinati sia alle famiglie che alle classi: installazioni di gioco sul tema dell'idratazione per bambini delle scuole primarie di primo grado, ma anche 35 attività espressamente concepite per il divertimento delle famiglie.

Il percorso "H2Otto – idratarsi è facile come bere un bicchier d'acqua" ha offerto un'esperienza educativa divertente e di qualità a oltre **3.000 bambini** e **500 classi**. La campagna "È sempre l'ora giusta per bere acqua", ha utilizzato tutti i canali del brand per raggiungere oltre **2 milioni di bambini e famiglie**, attraverso iniziative che hanno coinvolto i principali clienti e tutti i canali di distribuzione. Nel corso dell'estate, ad esempio, la campagna ha raggiunto le spiagge della Romagna, dove sono stati distribuiti oltre 10.000 "braccialetti della corretta idratazione".



Con la nuova campagna di comunicazione nata nei primi mesi del 2018, Nestlé Vera ha avviato attività e partnership a 360°.

Il 26 e il 27 maggio, ad esempio, si è tenuta la prima tappa del **Nestlé Vera Village** sul Lungomare Caracciolo di Napoli, dove oltre **3.000 bambini** hanno scoperto divertendosi nelle 4 postazioni di gioco create ad hoc, che cosa significa "corretta idratazione".

Nel 2018 è nata una partnership con **National Geographic Kids**: grazie a questa collaborazione sono state ideate 6 bottigliette d'acqua Nestlé Vera, ognuna di loro con un animale rappresentato e un diverso messaggio sulla corretta idratazione. I contenuti creati insieme a National Geographic Kids hanno un linguaggio familiare ai bambini e coinvolgono i loro animali preferiti, cosicché i più piccoli possano imparare sin dalla tenera età perché l'acqua è un elemento così importante.





S.PELLEGRINO

★ S.PELLEGRINO YOUNG CHEF 2020: LA GASTRONOMIA CHE VA OLTRE LA CUCINA

Per essere considerati dei fuoriclasse in cucina la passione non basta. S. Pellegrino Young Chef è un'iniziativa partita nel 2015, che ha come obiettivo quello di eleggere il miglior chef under 30 tra migliaia di candidati valorizzando il talento.

La nuova edizione di S.Pellegrino Young Chef rappresenta l'impegno costante del brand nel continuare a sviluppare un progetto che alimenti sempre di più il futuro della gastronomia. Tramite la gara, S.Pellegrino si impegna a sostenere la comunità gastronomica internazionale coltivando, scoprendo e promuovendo la prossima generazione di giovani chef, consentendo di esprimere se stessi e il loro personale talento sfruttando il potere della gastronomia.

Nell'edizione del 2020 – oltre al titolo "S.Pellegrino Young Chef" - ci saranno per la prima volta tre premi aggiuntivi, con l'obiettivo di riconoscere i diversi talenti e approcci al modo in cui la gastronomia può svolgere un ruolo per trasformare la società:

- **Fine Dining Lovers Food for Thoughts Award:** votato dalla community dei Fine Dining Lovers, premio che verrà assegnato al giovane chef che rappresenta al meglio l'approccio per-sonale al piatto
- **S. Pellegrino Award for Social Responsibility:** votato dalla recente partnership con Food Made Good, programma nato dai fondatori di Sustainable Restaurant Association, ideato per promuovere la sostenibilità all'interno dell'industria alimentare. Il premio è dedicato al miglior piatto che meglio rappresenta il principio del cibo come risultato di pratiche socialmente responsabili.
- **Acqua Panna Award for Connection in Gastronomy:** votato da mentori che rappresentano 50 paesi in tutto il mondo. Il premio sarà assegnato a chi nel proprio piatto rappresenterà un legame tra diverse culture, celebrando così un approccio globale alla gastronomia.

Sanpellegrino Campus, ha l'obiettivo di contribuire alla crescita formativa e professionale degli studenti e dei neolaureati italiani, premiando il merito, potenziando le conoscenze e fornendo gli strumenti adatti per competere nel mondo del lavoro.

Con il Sanpellegrino Made in Italy Campus sono state coinvolte 3 Università e circa 110 studenti.



RICICLO, RISPARMIO, RECUPERO E RIUSO

Il tema del fine vita dei prodotti è sempre più rilevante e centrale in un approccio circolare all'economia.

Per questo il Gruppo lavora a monte e a valle della filiera con una visione olistica che mira contemporaneamente a ridurre l'impresso al consumo, trovare materiali alternativi, sensibilizzare i cittadini sulla corretta raccolta differenziata e aumentare le performance di riciclo.

Nel 2019 Nestlé ha presentato la propria strategia, annunciando una serie di azioni specifiche in linea con l'impegno assunto nell'aprile 2018: rendere il 100% dei propri imballaggi riciclabili e riutilizzabili entro il 2025.



Il Gruppo si impegna a raggiungere questi obiettivi entro il 2025. S.Pellegrino e Nestlé Vera conterranno il 35% di RPET, mentre Acqua Panna e Levissima raggiungeranno il 50%

★ LA STRATEGIA INTERNAZIONALE E LA SUA DECLINAZIONE PER IL GRUPPO SANPELLEGRINO.



L'OFFERTA OGGI: UNA GAMMA BIO-PET X 150 CL NATURALE E 50 CL NAT & GAS

Dal 2013, Levissima è stata la prima in Italia ad utilizzare un BIO-PET con il 30% di materia prima di origine vegetale che nasce dalla lavorazione della canna da zucchero, che nasce dalla lavorazione della canna da zucchero per offrire una bottiglia leggera, infrangibile, perfettamente igienica e adatta anche al gasato. Nel 2019 la gamma BIO si è estesa alla 50 cl Naturale e Frizzante.



♻️ ALLEANZA GLOBALE PER UN PET 100% BIO

Danone, Nestlé Waters e PepsiCo, si sono uniti a Origin Materials - azienda biotecnologica californiana - dando vita a **NaturALL Bottle Alliance**. Insieme, i partner puntano a sviluppare e commercializzare una bottiglia in plastica PET di origine bio, realizzata al 100% con risorse sostenibili e rinnovabili. La tecnologia rappresenta una vera e propria innovazione scientifica per il settore e verrà resa disponibile a tutta l'industria food and beverage.



♻️ IL BELLO DEL PET

Migliorare la qualità e la quantità del riciclo del PET è possibile attraverso **CORIPET**, il Consorzio volontario riconosciuto ufficialmente dal 2018 per il recupero e l'avvio a riciclo dei contenitori in PET per liquidi alimentari, costituito da aziende imbottigliatrici di acque minerali, tra cui il Gruppo Sanpellegrino, e aziende di riciclo di PET, a cui hanno aderito recentemente anche altre categorie alimentari, come quelle del latte e dell'olio.

CORIPET promuove la raccolta e l'avvio al riciclo del PET con due modalità: la raccolta differenziata domestica e tramite compattatori posti, per esempio, nei punti vendita della grande distribuzione dove i consumatori possono consegnare esclusivamente bottiglie di PET.

CORIPET si pone come uno strumento essenziale per lo sviluppo dell'economia circolare e difesa dell'ambiente.



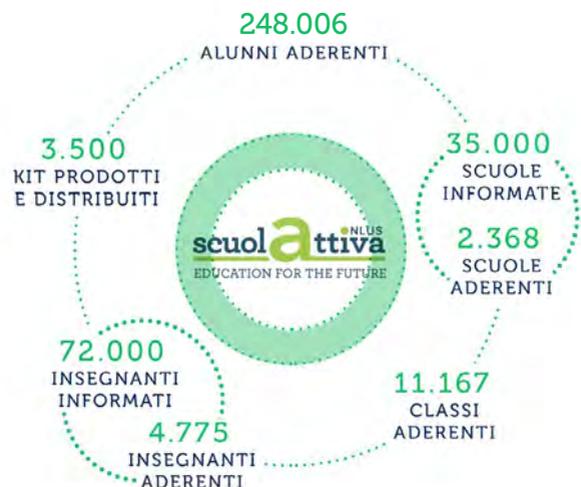


☞ A SCUOLA DI ACQUA

Dopo il successo di **Hydration@School e R-Generation**, progetti educativi che negli ultimi 5 anni hanno coinvolto oltre 200.000 bambini, il Gruppo Sanpellegrino insieme al brand Nestlé Vera, in collaborazione con ScuolAttiva Onlus ha presentato **'A Scuola di Acqua'**: un progetto educativo che fonda i 2 precedenti, sul tema dell'idratazione e del riciclo, rivolto alle scuole primarie di tutto il territorio nazionale.

OBIETTIVI RAGGIUNTI I NUMERI DELLE 5 EDIZIONI

2014/2015 2015/2016 2016/2017 2017/2018 2018/2019



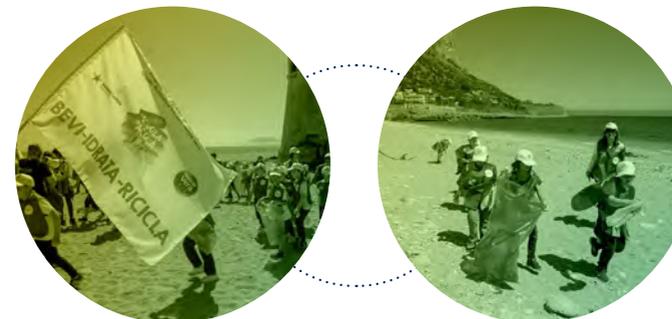
☞ RUNNING E RISPETTO DELL'AMBIENTE: A SCUOLA DI ACQUA A PALERMO

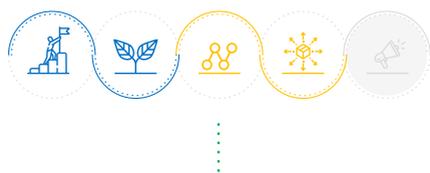
A Palermo, grazie alla partecipazione al programma "A Scuola d'Acqua", promosso dal Gruppo Sanpellegrino e Nestlé Vera, **oltre 160 bambini** delle scuole primarie locali sono scesi in campo per pulire e restituire bellezza alla Spiaggia di Vergine Maria.

I bambini sono stati protagonisti di una mattinata coinvolgente all'insegna del lavoro di squadra, affiancati dai volontari di **Retake Palermo**, associazione che promuove il decoro urbano, l'orgoglio civico, il volontariato e l'educazione, e partner dell'iniziativa di plogging insieme a Scuola Attiva Onlus, che da anni si dedica alla creazione di progetti educativi gratuiti, finalizzati ad arricchire i programmi formativi offerti dalla scuola agli studenti, attraverso percorsi guidati su diverse tematiche di interesse sociale.

A fine mese il progetto ha fatto un'altra tappa a Santo Stefano Quisquina, dove ha sede il sito di imbottigliamento di Nestlé Vera.

97 studenti e 17 insegnanti della Scuola Primaria G. G. Ansalone hanno partecipato al "plogging day" ed insieme hanno raccolto i rifiuti all'interno dello Stadio Comunale Sant'Angelo!





LEVISSIMA PER LA MILANO MARATHON

Durante la **Milano Marathon**, a marzo 2019, Levissima si è impegnata a sensibilizzare tutti i partecipanti al corretto riciclo delle bottiglie attraverso una comunicazione capillare su tutti i punti del percorso.

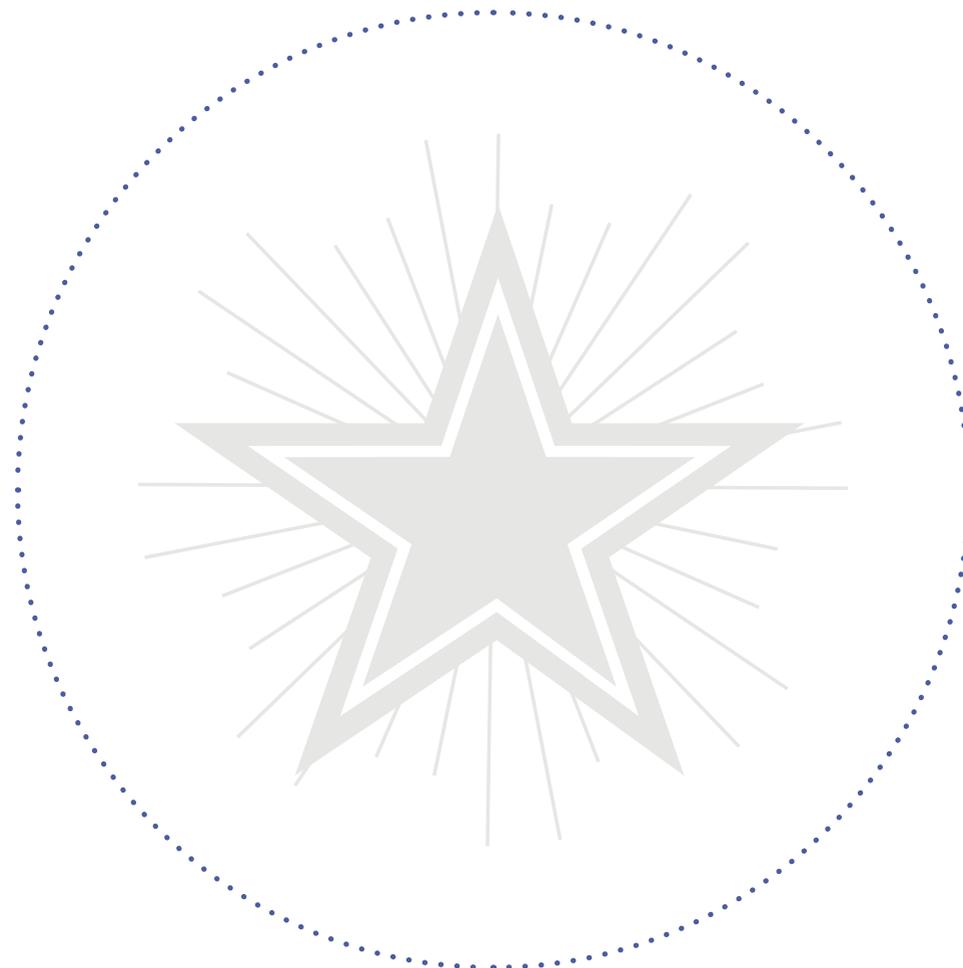
Un impegno che è proseguito con il **restyling del Percorso Vita** all'interno di Parco Sempione realizzato in collaborazione con il Comune di Milano.

In particolare, con l'equivalente delle bottiglie raccolte durante la maratona, sono stati realizzati attrezzi sportivi in plastica riciclata, con l'obiettivo di accompagnare i runners milanesi in un'esperienza di fitness outdoor più contemporanea, oltre che innovativa ed interattiva.

AUTOGRILL: IL PARCO GIOCHI IN PLASTICA RICICLATA

Nell'aprile del 2019 è stata inaugurata una nuova **area gioco in plastica riciclata** nell'area esterna della Stazione di servizio di Ceriale Sud.

Si tratta di un progetto pilota che vede il Gruppo Sanpellegrino e Autogrill promuovere corrette pratiche di riciclo della plastica, in particolare presso le famiglie e i bambini, rafforzando l'idea che si tratta di un materiale prezioso, da utilizzare in modo consapevole e responsabile, perché può trasformarsi in nuovi oggetti utili alle persone e alla comunità.





SANPELLEGRINO
GRUPPO