

# San Benedetto.



SECTEUR EAU & CSD  
**Acqua Minerale**  
**San Benedetto S.p.A.**  
Groupe San Benedetto  
Scorzé (VE), Italie  
» multi-emballeuse SMIFLEXI MP 300 

■ "Apprendre de la nature pour créer le bien-être", il s'agit là du principe de base du Groupe San Benedetto, résumé dans la mission "Risorse per la Vita", depuis toujours à la base de ses évolutions continues. Toute l'activité de l'entreprise vénitienne tourne autour des concepts de "bien-être et d'attention aux besoins des consommateurs" et de "respect pour l'environnement et ses ressources". Pour produire en harmonie totale avec l'environnement, San Benedetto s'en remet aux meilleures technologies disponibles sur le marché: solutions à l'avant-garde, en mesure d'améliorer l'efficacité du processus de production et de protéger les valeurs auxquelles

on ne peut renoncer telles que l'environnement, la qualité, la sécurité et le bien-être.

Afin de satisfaire pleinement les besoins des clients, qui exigent des produits de qualité au "packaging" pratique et innovant, Acqua Minerale San Benedetto SpA a récemment installé une nouvelle machine de conditionnement MP multi-emballage sous découpes entourantes Smiflexi de 300 paquets/min; la nouvelle unité est destinée à l'emballage de la nouvelle bouteille en verre "Alice" de 18 cl de Schweppes tonic que l'entreprise de Scorzé produit et distribue en Italie sur autorisation de Schweppes Int. Limited.

# Groupe San Benedetto: hier et aujourd'hui

■ Créé en 1956 pour l'embouteillage des eaux minérales Fonte San Benedetto (source San Benedetto) et Fonte Guizza (Source Guizza), toutes deux ayant leur siège à Scorzè (province de Venise), le Groupe Acqua Minerale San Benedetto est passé en peu de temps de petit producteur local à une grande entreprise présente sur tout le territoire national, avec des intérêts même au-delà des frontières. Appartenant à la famille d'industriels Zoppas de Conegliano qui débutèrent l'activité avec les frères Scattolin, est l'une des entreprises leader dans le secteur. Après un développement initial, depuis la fin des années '70, San Benedetto mise tout sur l'innovation et sur les nouvelles technologies de production. En 1980, l'entreprise de Scorzè (VE) est en effet la première société italienne du secteur "beverages" à utiliser les bouteilles en PET. Les années suivantes se caractérisent par la forte internationalisation qui mène le groupe San Benedetto à stipuler d'importants accords avec les principaux acteurs du marché des "soft drinks": l'année 1984 a été marquée par la naissance de la collaboration avec Cadbury Schweppes Int. pour la

production et la distribution en Italie des produits avec la marque Schweppes, tandis qu'en 1988, c'est l'accord avec PepsiCo International pour la production et la commercialisation des boissons portant la marque Pepsi et Seven Up. Aujourd'hui, le groupe San Benedetto, actif commercialement parlant dans plus de 80 pays sur les cinq continents, est le premier producteur national du secteur ayant un capital entièrement italien; le deuxième "player" du secteur des "drinks" non-alcoolisés et le seizième dans le segment "Food & Beverages". Les chiffres de l'entreprise vénitienne parlent d'eux-mêmes: 5 catégories de produit, 9 marques, 130 références; divers formats commercialisés dans le monde entier, 2300 employés, un chiffre d'affaires de groupe équivalant à 875 millions d'euros (année 2009), 17 millions de pièces produites tous les jours en Italie. San Benedetto est en outre directement à l'étranger avec deux usines de production en Espagne qui comptent sur la présence de deux étireuses-souffleuses Smiform pour la réalisation de bouteilles PET de grande capacité; la société dispose également d'une installation de production



en Pologne et d'une autre en Hongrie. En France, le Groupe Acqua Minerale San Benedetto a créé la société "L'Européenne d'Embouteillage" en joint venture avec Orangina Schweppes International, pour la production d'eau minérale et de boissons, tandis qu'au Mexique, elle a créé la IEBM (Industria Embotelladora de Bebidas Mexicanas) en joint venture avec Dr. Pepper Snapple Group.

# L'eau, c'est la vie!

...histoire et curiosité



■ L'eau a toujours été une ressource précieuse et indispensable pour la vie de l'homme et de tout être vivant. Ce n'est qu'où il y a de l'eau qu'il y a de la vie dans l'univers connu. Dans la culture primitive, l'eau était considérée comme le principe féminin de la fertilité. Pour démontrer la profonde importance de l'eau, dans la culture de la Grèce Antique, on pensait que chaque chose, visible dans le ciel et sur la terre, était obtenue grâce à la combinaison alchimique de quatre éléments (Eau, Air, Terre et Feu); de plus, on pensait que les planètes, par affinité de constitution, produisaient des influences astrologiques sur le comportement des individus nés sous certaines combinaisons d'astres. La capacité "créative" fut

attribuée aux signes d'eau. Thalès de Milet (624 - 546 av. J-C) fut le premier philosophe grec à proposer une réflexion scientifique - philosophique sur la nature, en désignant l'eau comme élément primordial qui éteint le feu, fait fondre la terre et absorbe l'air. Chaque élément, s'associant avec l'eau, donne lieu à tout être du système vivant étant donné que celui-ci est créé par l'eau. En effet, de l'eau naît la vie, aussi dans la mer que dans le ventre d'une mère. Toujours aux temps de la Grèce Antique, on pensait que la protection des sources d'eau était confiée à des divinités qui y habitaient. Les traditions qui associent la vie et ses mystères au caractère sacré de l'eau sont répandues dans le monde entier et dans toutes les cultures antiques et modernes. Malheureusement, de nos jours, on a pratiquement perdu la mémoire de ces traditions et de leur antique signification rituelle et propitiatoire, centrée sur le respect pour l'eau et pour son importance fondamentale dans la vie des hommes. A titre d'exemple, il suffit de rappeler qu'encore aujourd'hui, il est d'usage de jeter des pièces de monnaie

dans la fontaine de Trevi à Rome, en pensant que ce geste porte chance; on a cependant oublié que cet usage propitiatoire remonte à une tradition née pour gagner les bonnes grâces de la divinité protectrice de la fontaine, pour le don et la prospérité de la vie.



## ■ Produire en harmonie avec la nature



Le mot d'ordre de l'entreprise "San Benedetto: Ressources pour la Vie" résume bien le lien étroit et harmonieux qu'il existe entre l'entreprise et le territoire sur lequel elle travaille. Les valeurs évoquées par celui-ci sont cohérentes avec la pureté du produit, avec la splendeur des paysages de la zone d'où provient le produit et avec les bienfaits qu'il offre aux consommateurs attentifs à un style de vie sain et équilibré. L'Eau Minérale San Benedetto est une eau oligominérale qui naît des neiges éternelles des glaciers alpins de la Vénétie, sur un territoire riche en ressources naturelles. Le long et lent parcours que l'eau effectue entre les roches dolomitiques et calcaires l'enrichissent en sels minéraux tout en la rendant particulièrement adaptée à une consommation quotidienne. Ses caractéristiques favorisent la digestion et la diurèse et elle est en outre particulièrement indiquée pour des régimes pauvres en sodium et pour l'alimentation des nourrissons. Cette "ressource de la nature" très prisée est embouteillée depuis 1956 dans le respect de l'environnement et en faisant très attention à la qualité du produit commercialisé. Aujourd'hui, le produit est soumis à 800 contrôles, menés à la source sur tout le processus de l'embouteillage, sur chaque échantillon et sur le produit emballé.

# Smi et San Benedetto: polyvalence technologique orientée à la "customer satisfaction"



■ Le Groupe San Benedetto est depuis toujours particulièrement attentif aux exigences spécifiques de sa clientèle et elle est en mesure de satisfaire tous types d'attentes, en personnalisant le "packaging" de ses produits et en soignant le service au consommateur final. Pour la promotion du nouveau format "Alice" de 18 cl, l'entreprise vénitienne a choisi un "packaging" innovant et faisant son effet, réalisé en collaboration avec SMI. Le choix est retombé sur une

solution d'emballage sous découpes entourantes en carton, capable de véhiculer au mieux la "personnalité" d'une boisson élégante et raffinée, au goût unique et à la forme exclusive telle l'eau tonique Schweppes. Selon des études récentes effectuées par des instituts de recherche notables, il résulte que dans les points de vente au détail (grandes surfaces, super et hypermarchés, etc.) de nombreux choix des consommateurs sont guidés par des impulsions émotives.

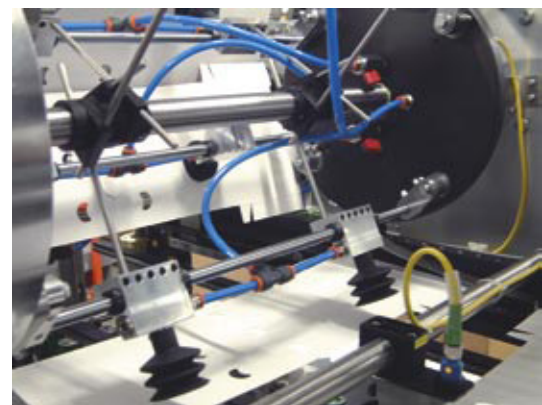
# SAN BENEDETTO

Un "packaging" captivant et particulièrement attentif aux exigences logistiques est le premier support commercial valable, en mesure de tourner l'attention du public vers un produit spécifique. La gamme de machines de conditionnement des séries Smiflexi de SMI comprend des machines à haut contenu technologique en mesure de réaliser des conditionnements vraiment innovants et personnalisés. Les machines de conditionnement multi-emballage de la série MP peuvent emballer des bouteilles, des canettes, des briks et des pots en plastique, en métal et en verre dans différents types de paquet (avec des produits sur plusieurs couches; avec le col de la bouteille à l'intérieur ou à l'extérieur de la découpe; avec une poignée incorporée; avec des ailettes latérales de renfort), afin de satisfaire le plus grand nombre d'exigences spécifiques du consommateur. La nouvelle bouteille en verre "Alice" de 18 cl, lancée sur le marché en mars 2010, se présente avec une image toute nouvelle grâce à un "design" aux lignes nettes et essentielles, en mesure de réunir l'incomparable qualité Schweppes et l'élégance et la finesse d'une forme exclusive, recherchée et au fort "appeal". Pour le conditionnement secondaire de ce nouveau produit, la société Eau Minérale San Benedetto SpA s'en est remise à l'expérience de SMI. La nouvelle ligne d'embouteillage,



qui se caractérise par la technologie de pointe des systèmes installés, est ce qu'il y a de plus innovant dans ce secteur. La machine de conditionnement Smiflexi modèle MP 300 TRBF satisfait les exigences de production de 36 000 bph et elle est consacrée au conditionnement des bouteilles en verre de 18 cl dans la configuration 2x2 et de 10 cl dans le format 2x3. Les paquets sont dotés d'ailettes inférieures de renfort: un "multipack" à l'aspect graphique captivant, avec un fort impact visuel, résistant aux chocs, facile à manier, ouvrir et emmagasiner. Avec "Alice", Schweppes confirme sa position de leader dans le secteur des eaux toniques. Du haut de ses 220 ans

d'activité, elle est entrée de plein droit dans l'"histoire de la boisson" mondiale, en devenant la marque de référence de cette portion de marché. La nouvelle image s'adresse à une cible de clients jeunes et glamours, supportée par une offre complète, variée et adaptée à tous les palais.



# Feel the springtime with San Benedetto mineral water



San Benedetto mineral water helps you regain your daily wellbeing.

Pure origins, balanced minerals and trace elements for

*natural hydration and detox...*

*...making you feel like every day is spring.*

Find out more on [www.sanbenedetto.it](http://www.sanbenedetto.it)

  
**SAN BENEDETTO**  
*Acqua Minerale Naturale*  
OLIGOMINERALE

## ▪ LA PAROLE AU CLIENT - Interview avec Giovanni Cattaneo, Operations Director de Acqua Minerale San Benedetto SpA.



est également synonyme d'économie d'énergie et de recherche continue. Depuis le début des années '80, nous avons beaucoup investi dans l'innovation technologique, en commercialisant les premiers en Italie les conteneurs en PET et en arrivant même à enregistrer des brevets sur la réalisation des bouteilles en plastique. Une disponibilité envers l'innovation qui a conduit au fil du temps à améliorer l'efficacité de production, à l'attention envers les matières premières et l'énergie utilisée et l'élimination du "packaging", en cherchant à réaliser des conteneurs de plus en plus "eco-friendly". En conclusion, tout cet effort technologique est abordé dans la philosophie de l'"energy saving" comme élément stratégique en direction duquel adresser notre recherche et développement en réorientant toute l'activité de développement produit et de procédé vers l'éco-durabilité. Le niveau d'innovation atteint et le solide savoir-faire technologique acquis ont permis à l'entreprise de concevoir et d'introduire sur le marché la génération de bouteilles "eco-friendly" qui emploient des quantités mineures de plastique. Au cours des 25 dernières années, nous avons mené des recherches qui ont permis d'améliorer tout le processus de production et de réduire le plastique utilisé pour chaque bouteille, tout en réduisant les émissions de dioxyde de carbone dans l'air. A ce propos, un organisme de certification

*Le respect pour l'environnement, la qualité des produits, l'attention au bien-être des consommateurs sont des points forts de la politique d'entreprise de votre groupe. Dans quelle mesure la contribution apportée par des machines technologiquement avancées compte-t-elle pour atteindre ces objectifs? Quelle est la clé du succès de Acqua Minerale San Benedetto en Italie et à l'étranger?*

"Le mot d'ordre pour San Benedetto est: innovation. Pour nous, l'innovation est la capacité d'anticiper les

besoins en évolution continue et les différentes exigences des consommateurs et de les transformer en produits de grande qualité proposés sur le marché (comme le démontrent par exemple les lancements de "Batik Break", le prébiotique à boire à base de jus de fruit et de crème de lait - enrichi en fibres prébiotiques qui aident à régulariser l'activité intestinale - et le "Thé Verde", récemment élu par les consommateurs italiens comme le "Produit de l'année 2010" dans la catégorie de référence). Mais l'innovation

indépendant (CSQA) a certifié la réduction progressive de CO2 de 1983 à 2008. Cependant, l'attention tournée à l'économie d'énergie concerne aussi les installations et les filières de transport et d'emmagasinage, s'approchant de plus en plus des consommateurs et de la distribution.

De plus, notre force se cache derrière le fait d'être une entreprise "total beverage" où 55% de nos affaires passe dans les 4 catégories différentes de l'eau: thé, boissons gazeuses, boissons à base de fruits et compléments. Ceci se traduit dans le fait d'être présents avec des produits et des formats spécifiques pour une couverture de tous les canaux et de tous les moments de consommation. En effet, nous proposons une offre complète et transversale, faite de 9 marques et de 130 références, qui satisfait toutes les exigences du consommateur et du "trade", tout en assurant des produits de qualité et avec un excellent niveau de service. Ceci permet à tous les acteurs de la filière de développer, avec notre groupe, un assortiment efficace, en ligne avec les tendances de marché et modulé en fonction des moments et des lieux de consommation."

*La nouvelle bouteille "Alice" de Schweppes Tonic a une image élégante et un grand "appel". Quel rôle a joué la collaboration avec SMI dans la réalisation du "packaging" de cette nouvelle bouteille?*

"Nous avons travaillé en étroite collaboration avec SMI, avec l'objectif commun d'atteindre le meilleur résultat possible. En vertu de cet engagement, le parcours effectué avec compétence et sérieux par le fournisseur auquel nous nous en sommes remis a permis d'atteindre

pleinement le résultat. Le nouveau conditionnement de 4 bouteilles "Alice Schweppes Tonic" en témoigne en tant que complément d'un "packaging" de grand effet: la touche d'élégance parfaite sans pour autant renoncer au côté fonctionnel. La garantie du succès d'un produit ne peut jamais faire abstraction de ce mix gagnant d'"ingrédients"."

*Quelles sont les caractéristiques qu'un fournisseur doit avoir afin de satisfaire les standards de qualité du Gruppo San Benedetto?*

"Les fournisseurs qui travaillent pour San Benedetto sont rigoureusement sélectionnés pour garantir toujours les meilleurs résultats en termes de qualité. Naturellement, notre choix est orienté vers ceux qui sont capables de se distinguer de par leur contribution innovante, aussi bien du point de vue de la garantie dans la qualité esthétique que pour la capacité de conjuguer, comme cela a été le cas pour Alice dans l'exemple cité ci-dessus, même la fonctionnalité. San Benedetto collabore avec ceux qui savent être compétitifs, bon marché mais aussi pour leur rapidité, leur flexibilité d'action pour mettre tout leur savoir-faire à disposition. A savoir toutes les compétences en mesure de répondre aux conditions de qualité requises, de sécurité et de capacité innovante que le sérieux d'une entreprise leader veut transmettre à ses consommateurs."

## ▪ San Benedetto et la grande distribution: alliés pour développer une culture "écodurable"

L'année 2010 a vu naître en Italie le premier exemple d'alliance entre une industrie et la distribution pour la récupération des bouteilles de plastique directement dans les points de vente. L'objectif à la base de la collaboration était de sensibiliser les consommateurs par rapport au tri sélectif afin de réduire l'impact sur l'environnement. Grâce à un système promotionnel qui prévoit la reconnaissance de points "fidelity" pour chaque bouteille introduite dans les containers prévus à cet effet, les consommateurs participent activement au projet appelé récupération PET. Cette initiative a fait participer certains supermarchés et hypermarchés de la Vénétie, à l'intérieur desquels des containers pour le tri des bouteilles en PET ont été installés. Le projet a soulevé un fort intérêt et a confirmé que les consommateurs démontrent une sensibilité croissante par rapport aux thèmes environnementaux et envers un style de vie sain et équilibré.