

San Benedetto.



SETTORE ACQUA & CSD
Acqua Minerale
San Benedetto S.p.A.
Gruppo San Benedetto
Scorzé (VE), Italia
» confezionatrice SMIFLEXI MP 300 

■ “Imparare dalla natura per creare benessere” è il principio guida del Gruppo San Benedetto, riassunto nella mission “Risorse per la Vita”, da sempre alla base delle sue continue evoluzioni. L'intera attività dell'azienda veneta ruota attorno ai concetti di “benessere e attenzione ai bisogni dei consumatori” e “rispetto dell'ambiente e delle sue risorse”. Per produrre in totale armonia con l'ambiente, San Benedetto si affida alle migliori tecnologie disponibili sul mercato: soluzioni d'avanguardia, in grado di migliorare l'efficienza del processo produttivo e di salvaguardare valori

irrinunciabili come l'ambiente, la qualità, la sicurezza e il benessere. In un'ottica di soddisfazione totale dei bisogni della clientela, che richiede prodotti di qualità dal “packaging” pratico e innovativo, Acqua Minerale San Benedetto SpA ha recentemente installato una nuova confezionatrice MP multimbollo a fascetta avvolgente Smiflexi da 300 pacchi/minuto; la nuova unità è destinata all'imballaggio della nuova bottiglia in vetro “Alice” da 18 cl. di Schweppes tonica, che l'azienda di Scorzé produce e distribuisce in Italia su autorizzazione di Schweppes Int. Limited.

Gruppo San Benedetto: ieri e oggi

■ Nata nel 1956 per l'imbottigliamento delle acque minerali Fonte San Benedetto e Fonte Guizza, entrambe con sede a Scorzè (provincia di Venezia), il Gruppo Acqua Minerale San Benedetto in breve tempo si è trasformato da piccolo produttore locale in grande azienda presente in tutto il territorio nazionale, con interessi anche oltre confine. Appartenente alla famiglia di industriali Zoppas di Conegliano, che diedero inizio all'attività assieme ai fratelli Scattolin, è una delle aziende leader nel suo settore. Dopo lo sviluppo iniziale, dalla fine degli anni '70 San Benedetto punta con decisione sull'innovazione e sulle nuove tecnologie produttive. Nel 1980 l'azienda di Scorzè (VE) è, infatti, la prima società italiana del settore "beverage" a utilizzare le bottiglie in PET. Gli anni a seguire si caratterizzano per la forte internazionalizzazione, che porta il gruppo San Benedetto a stipulare importanti accordi con i principali attori del mercato dei "soft drinks": l'anno 1984 vede la nascita della collaborazione con Cadbury Schweppes Int. per la produzione e la distribuzione

in Italia dei prodotti a marchio Schweppes, mentre il 1988 è l'anno dell'accordo con PepsiCo International per la produzione e la commercializzazione delle bevande a marchio Pepsi e Seven Up. Oggi il Gruppo San Benedetto, attivo commercialmente in oltre ottanta Paesi nei cinque continenti, è il primo produttore nazionale del settore a capitale interamente italiano, il secondo "player" del comparto dei "drinks" analcolici e il sedicesimo nel segmento "food & beverages". I numeri dell'azienda veneta parlano da soli: 5 categorie di prodotto, 9 marchi, 130 referenze, svariati formati commercializzati in tutto il mondo, 2300 dipendenti, un fatturato di gruppo pari a 875 milioni di Euro (anno 2009), 17 milioni di pezzi prodotti ogni giorno in Italia...San Benedetto è inoltre presente direttamente all'estero con due stabilimenti di produzione in Spagna, che annoverano la presenza di due stiro-soffiatrici Smiform per la realizzazione di bottiglie PET di grande capacità; la società dispone anche di un impianto di produzione in Polonia e di



uno in Ungheria. In Francia il Gruppo Acqua Minerale San Benedetto ha dato origine alla società "L'Européenne d'Embouteillage", in joint venture con Orangina Schweppes International, per la produzione di acqua minerale e bibite, mentre in Messico ha costituito la IEBM (Industria Embotelladora de Bebidas Mexicanas) in joint venture con Dr. Pepper Snapple Group.

L'acqua è vita!

...tra storia e curiosità



■ L'acqua è sempre stata una risorsa preziosa e indispensabile per la vita dell'uomo e di ogni essere vivente. Solo dove c'è acqua c'è vita nell'universo conosciuto. Nella cultura primitiva l'acqua fu considerata il principio femminile della fertilità. A dimostrazione della profonda importanza dell'acqua, nell'antica cultura della Magna Grecia si riteneva che ogni cosa, visibile in cielo e in terra, fosse ottenuta dalla combinazione alchemica di quattro elementi (Acqua, Aria, Terra e Fuoco); inoltre, si pensava che i pianeti, per affinità di costituzione, generassero influenze astrologiche sul comportamento degli individui nati sotto determinate combinazioni degli astri. Ai segni d'acqua,

fu attribuita la capacità "creativa".

Talete di Mileto (624 - 546 A.C.) fu il primo filosofo greco antico a proporre una riflessione scientifico-filosofica sulla natura, designando l'acqua quale elemento primordiale che spegne il fuoco, scioglie la terra e assorbe l'aria. Ogni elemento, combinandosi con l'acqua, dà luogo a ogni essere del sistema vivente, poiché esso stesso è originato dall'acqua. Dall'acqua, infatti, nasce la vita, tanto nel mare che nel grembo della madre. Sempre ai tempi della Magna Grecia si riteneva che la protezione delle sorgenti d'acqua fosse affidata a divinità che in esse abitavano.

Le tradizioni che associano la vita e i suoi misteri alla sacralità dell'acqua sono diffuse in tutto il mondo e in tutte le culture antiche e moderne. Oggi purtroppo si è quasi persa la memoria di queste tradizioni e del loro antico significato rituale e propiziatorio, imperniato sul rispetto per l'acqua e per la sua importanza fondamentale nella vita degli uomini.

A titolo di esempio, basti ricordare che tuttora si usa gettare delle monetine

nella fontana di Trevi a Roma, pensando che tale gesto porti fortuna e sia di buon auspicio; si è però dimenticato che quest'usanza propiziatoria risale a una tradizione nata per ingraziarsi i favori della divinità protettrice della fontana, per il dono e la prosperità della vita.



■ Produrre in armonia con la natura



Il motto aziendale "San Benedetto: Risorse per la Vita" sintetizza efficacemente lo stretto e armonioso legame dell'azienda con il territorio in cui opera. I valori da esso evocati sono coerenti con la purezza del prodotto, con lo splendore paesaggistico dell'area da cui il prodotto ha origine e con i benefici che offre ai consumatori attenti a uno stile di vita sano ed equilibrato.

L'Acqua Minerale San Benedetto è un'acqua oligominerale che nasce dalle nevi perenni dei ghiacciai alpini del Veneto, in un territorio ricco di risorgive naturali. Il lungo e lento percorso che l'acqua compie tra le rocce dolomitiche e calcaree la arricchiscono di sali minerali, rendendola particolarmente adatta a un consumo quotidiano. Le sue caratteristiche favoriscono la digestione e la diuresi ed è inoltre particolarmente indicata per diete povere di sodio e per l'alimentazione dei lattanti. Questa pregiatissima "risorsa della natura" è imbottigliata dal 1956 nel pieno rispetto ambientale e prestando grande attenzione alla qualità del prodotto commercializzato. Ogni giorno il prodotto è sottoposto, infatti, a ben 800 controlli, condotti alla fonte sull'intero processo d'imbottigliamento, e, a campione, sul prodotto confezionato.

Smi e San Benedetto: versatilità tecnologica orientata alla "customer satisfaction"



■ Il Gruppo San Benedetto è da sempre particolarmente attento alle specifiche esigenze della propria clientela ed è in grado di soddisfare ogni genere di aspettativa, personalizzando il "packaging" dei suoi prodotti e curando il servizio al consumatore finale. Per la promozione del nuovo formato "Alice" da 18 cl., l'azienda veneta ha scelto un "packaging" innovativo e d'effetto, realizzato in collaborazione con SMI. La scelta è caduta su una

soluzione d'imballaggio in fascette di cartoncino avvolgente, in grado di veicolare al meglio la "personalità" di una bevanda elegante e raffinata, dal gusto inconfondibile e dalla forma esclusiva come l'acqua tonica Schweppes. Da recenti studi effettuati da autorevoli istituti di ricerca risulta che nei punti di vendita al dettaglio (supermercati, ipermercati, ecc.) molte scelte d'acquisto dei consumatori sono guidate da impulsi emotivi.

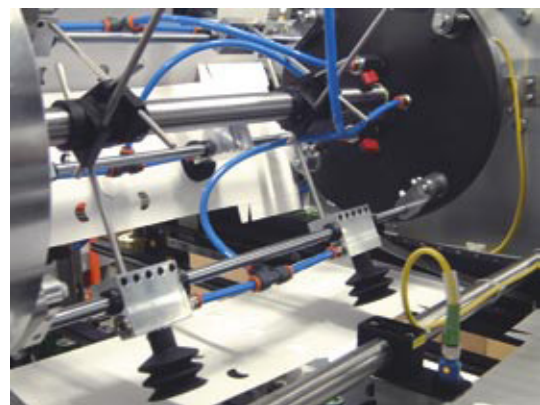
SAN BENEDETTO

Un "packaging" accattivante e particolarmente attento alle esigenze logistiche è il primo valido supporto commerciale, in grado di indirizzare l'attenzione del pubblico verso un prodotto specifico. La gamma di confezionatrici delle serie Smiflexi di SMI comprende macchine ad alto contenuto tecnologico in grado di realizzare confezioni veramente innovative e personalizzate. Le confezionatrici multimbollo della serie MP possono imballare bottiglie, lattine, brik e vasetti di plastica, metallo e vetro in svariate tipologie di pacco (con prodotti su più strati; con collo bottiglia all'interno o all'esterno della fustella; con maniglia incorporata; con alette laterali di rinforzo), al fine di soddisfare il maggior numero di richieste specifiche del consumatore. La nuova bottiglia in vetro "Alice" da 18 cl., lanciata sul mercato nel marzo 2010, si presenta con un'immagine rinnovata grazie ad un "design" dalle linee pulite ed essenziali, in grado di unire l'inconfondibile qualità Schweppes con l'eleganza e la raffinatezza di una forma esclusiva, ricercata e di forte "appeal". Per il confezionamento secondario di questa nuovo prodotto, la società Acqua Minerale San Benedetto SpA si è affidata all'esperienza di SMI. La nuova linea d'imbottigliamento, che si caratterizza per l'elevato contenuto tecnologico



degli impianti installati, è quanto di più innovativo si possa ottenere in questo settore. La confezionatrice Smiflexi modello MP 300 TRBF soddisfa esigenze di produzione da 36.000 bph ed è dedicata al confezionamento delle bottiglie in vetro da 18 cl. nella configurazione 2x2 e da 10 cl. nel formato 2x3. I pacchi sono dotati di alette inferiori di rinforzo: un "multipack" dall'aspetto grafico accattivante, a forte impatto visivo, resistente agli urti, facile da maneggiare, aprire e immagazzinare. Con "Alice" Schweppes conferma la propria leadership nel settore delle acque toniche. Dall'alto dei suoi 220 anni di attività

è entrata di diritto nella "storia del bere" mondiale, diventando il marchio di riferimento di questo segmento di mercato. La nuova immagine si rivolge a un "target" di clienti giovani e "glamour", supportata da un'offerta completa, variegata e adatta a ogni singolo palato.



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


SAN BENEDETTO
Acqua Minerale Naturale
OLIGOMINERALE

▪ LA PAROLA AL CLIENTE - Intervista con l'Ing. Giovanni Cattaneo, Operations Director di Acqua Minerale San Benedetto SpA.



Il rispetto ambientale, la qualità dei prodotti, l'attenzione al benessere dei consumatori sono i punti di forza della politica aziendale del vostro gruppo. Quanto conta il contributo offerto da macchinari tecnologicamente avanzati per il raggiungimento di questi obiettivi? Qual è la chiave del successo di Acqua Minerale San Benedetto in Italia e all'estero?

“La parola d'ordine per San Benedetto è: innovazione. L'innovazione per noi è la capacità di cogliere in

anticipo i bisogni in continua evoluzione e le diverse esigenze dei consumatori e di tradurli in prodotti di assoluta qualità proposti sul mercato (come dimostrano ad esempio i lanci di “Batik Break”, il prebiotic drink a base di succo di frutta e crema di latte - arricchito di fibre prebiotiche che aiutano a regolare l'attività intestinale - e il “Thè Verde”, recentemente eletto dai consumatori italiani come “Prodotto dell'anno 2010” nella categoria di riferimento). Ma innovazione significa anche risparmio

energetico e ricerca continua. Fin dagli inizi degli anni '80 abbiamo investito molto sull'innovazione tecnologica, commercializzando per primi in Italia i contenitori in PET e arrivando persino a registrare brevetti sulla realizzazione delle bottiglie di plastica. Una disponibilità al nuovo che ha portato nel tempo a migliorare l'efficienza produttiva, all'attenzione verso le materie prime e l'energia utilizzata e lo smaltimento del “packaging”, cercando di realizzare contenitori sempre più “eco-friendly”. Tutto questo sforzo tecnologico è approdato, infine, nella filosofia dell’“energy saving” come elemento strategico, alla luce del quale indirizzare la nostra ricerca e sviluppo ri-orientando tutta l'attività industriale di sviluppo prodotto e di processo verso l'eco-sostenibilità. Il livello d'innovazione raggiunto e il forte know-how tecnologico acquisito hanno permesso all'Azienda di progettare e immettere sul mercato la generazione di bottiglie “eco-friendly”, che utilizzano minori quantità di plastica. Negli ultimi 25 anni, infatti, abbiamo condotto ricerche che hanno consentito di migliorare l'intero processo produttivo e di ridurre la plastica impiegata per ogni singola bottiglia, riducendo le emissioni di anidride carbonica in atmosfera. A tal riguardo, un organismo di certificazione indipendente (CSQA) ha certificato la

progressiva riduzione di CO2 dal 1983 al 2008. Ma l'attenzione al risparmio energetico si estende anche agli impianti e alle filiere di trasporto e immagazzinamento, avvicinandosi sempre di più ai consumatori e alla distribuzione. La nostra forza, inoltre, sta anche nell'essere un'azienda "total beverage" in cui il 55% del nostro "business" passa nelle 4 categorie diverse dall'acqua: thè, bibite gassate, bevande a base frutta e integratori. Ciò si traduce nell'esser presenti con prodotti e formati specifici per una copertura di tutti i canali e di tutti i momenti di consumo. Proponiamo, infatti, un'offerta completa e trasversale fatta di 9 marchi e 130 referenze, che soddisfa tutte le esigenze del consumatore e del "trade", assicurando prodotti di qualità unitamente a un ottimo livello di servizio. Questo permette a tutti gli attori della filiera di sviluppare, con il nostro gruppo, un assortimento efficace, in linea con i trend di mercato e modulato in funzione dei momenti e dei luoghi di consumo."

La nuova bottiglia "Alice" di Schweppes Tonic ha un'immagine elegante e di grande "appeal". Che ruolo ha giocato la collaborazione con SMI nella realizzazione del "packaging" di questa nuova bottiglia?

"C'è stato un lavoro di stretta collaborazione con SMI, con il comune obiettivo di raggiungere il miglior risultato. In virtù anche di questo coinvolgimento, il percorso fatto con competenza e serietà da parte del fornitore a cui ci siamo affidati ha consentito di raggiungere appieno il risultato. Lo testimonia la nuova

confezione da 4 bottiglie "Alice Schweppes Tonic" come completamento di un "packaging" di effetto: la giusta veste di eleganza senza rinunciare alla funzionalità. La garanzia del successo di un prodotto non può mai prescindere da questo mix vincente di "ingredienti"."

Quali caratteristiche deve avere un fornitore per soddisfare gli standard qualitativi del Gruppo San Benedetto?

"I fornitori che lavorano per San Benedetto sono rigorosamente selezionati, per garantire sempre i migliori risultati in termini di qualità. Naturalmente, la nostra scelta è orientata verso chi è in grado di distinguersi per il proprio contributo innovativo, sia dal punto di vista di garanzia nella qualità estetica sia per la capacità di coniugare, com'è stato per Alice nell'esempio sopra citato, anche la funzionalità. San Benedetto collabora con chi sa essere competitivo da ogni punto di vista, sia in termini di economicità ma anche per le doti di velocità, flessibilità d'azione nel mettere a disposizione tutto il suo "saper fare". Ovvero tutte quelle competenze in grado di rispondere ai requisiti di qualità, sicurezza e capacità innovativa che la serietà di un'azienda leader vuole trasferire ai suoi consumatori."

▪ San Benedetto e la grande distribuzione: alleati per sviluppare una cultura "eco-sostenibile"

L'anno 2010 ha visto la nascita in Italia del primo esempio di alleanza tra industria e distribuzione per il recupero delle bottiglie di plastica direttamente nei punti vendita. L'obiettivo alla base della collaborazione era di sensibilizzare i consumatori allo smaltimento differenziato per ridurre l'impatto ambientale. Grazie ad un sistema promozionale che prevede il riconoscimento di punti "fidelity" per ogni bottiglia inserita negli appositi raccoglitori, i consumatori diventano parte attiva del progetto denominato "recupero PET". Questa iniziativa ha coinvolto alcuni supermercati e ipermercati del Veneto, all'interno dei quali sono stati installati dei raccoglitori di bottiglie in PET. Il progetto ha riscosso un forte interesse ed ha confermato che i consumatori dimostrano una crescente sensibilità nei confronti dei temi ambientali e verso uno stile di vita sano ed equilibrato.