



AMBIENTE & SVILUPPO
ACQUA PANNA PUNTA
SULLA SOSTENIBILITÀ
PER CRESCERE ANCORA

di **Leonardo Testai**

VII

LA SOSTENIBILE CRESCITA DELL'ACQUA

Dopo un 2020 difficile per la crisi di hotel e ristoranti,
il gruppo Sanpellegrino riposiziona il marchio fiorentino Panna:
un progetto per censire e tutelare i 1.500 ettari della tenuta
in Mugello, e un'organizzazione aziendale sulle sostenibilità

L'Ad Marini: «Valorizziamo il prodotto valorizzando il territorio»

di **Leonardo Testai**

L'impegno ambientale per far crescere ancora un prodotto già apprezzato in tutto il mondo. È questa la scelta per Acqua Panna del gruppo Sanpellegrino (Nestlé Waters), che insieme a Federparchi lancia il progetto «La fonte della biodiversità di Acqua Panna»: un'iniziativa che prevede il censimento e il monitoraggio di flora e fauna dei circa 1.500 ettari di territorio della tenuta di Panna in Mugello, a Scarperia. «Un esempio virtuoso di come oggi le aziende possano contribuire attivamente alla salvaguardia degli ecosistemi indispensabili per la vita della flora e della fauna», sottolinea Giampiero Sammuri, presidente di Federparchi.

Il progetto prende il via in un momento di mercato fortemente condizionato dalla pandemia Covid-19: ma Sanpellegrino continua a vedere una prospettiva di crescita per il suo marchio premium di acqua minerale naturale, che nel 2019 ha venduto circa 360 milioni di bottiglie contro i 330 milioni del 2018. «Nel corso del 2020 — ammette Stefano Marini, amministratore delegato del gruppo Sanpellegrino — sicuramente il lockdown ha influito: ma la ripresa che c'è stata durante il periodo estivo, e comunque le prospettive per un 2021 che vedrà Panna avere piani di accelerazione molto forte, soprattutto in alcuni Paesi dove è già leader come in Germania, Cina, Stati Uniti e Emirati Arabi, ci danno fiducia sul fatto che comunque il futuro sarà ancora di crescita per quest'acqua, e di conseguenza anche per il territorio da cui sgorga». E se anche la situazione non è facile «perché — sostiene Marini — è colpito il settore della ristorazione», dove Panna è forte, l'acqua naturale di Scarperia «insieme a Sanpellegrino si è costruita una storia e una credibilità che la rendono ambasciatrice del

made in Italy nel mondo, quindi sicuramente abbiamo le spalle larghe». L'iniziativa sviluppata insieme a Federparchi è in linea con il goal 15 dell'Agenda 2030 dell'Onu sullo sviluppo sostenibile, che si pone l'obiettivo di proteggere e ripristinare gli ecosistemi terrestri, ed è un contributo all'impegno di Sanpellegrino a favore della tutela dell'acqua quale elemento fondamentale per la salute delle persone e del pianeta. Lo stabilimento di Acqua Panna nel 2021 riceverà la certificazione Aws (Alliance for Water Stewardship) che premia la gestione sostenibile e condivisa, e l'obiettivo è che tutti i cento stabilimenti nel mondo entro il 2025 ottengano questo riconoscimento. «Penso che nel futuro — spiega l'Ad del gruppo — il ruolo del brand sarà sempre di più quello di essere anche degli esempi di coerenza rispetto a ciò che fanno e che

dicono in tema di sostenibilità. Ma non basta comunicare un progetto, è fondamentale essere organizzati per farlo: noi abbiamo deciso da pochissimo tempo di creare un'organizzazione in azienda che sia focalizzata sulla sostenibilità».

Un progetto come quello sulla biodiversità accende i riflettori sul territorio di origine di Acqua Panna, con al centro la tenuta che fu proprietà dei Medici, che nel 1427 incaricarono Michelozzo di trasformare la cascina di allora in una villa circondata di orti, giardini e un parco, con il tenue color panna dell'intonaco che

Alla guida

Stefano Marini,
Ad del gruppo
Sanpellegrino
Sopra,
lo stabilimento
Panna (foto
Massimiliano Galardi)



diede il nome all'intera località. L'effetto atteso è quello di rafforzare ulteriormente il binomio prodotto-territorio. «Sulla bottiglia — ricorda Marini — abbiamo il giglio, abbiamo la scritta "Toscana", da circa un anno abbiamo completamente rivitalizzato il packaging e il posizionamento di questa marca, rendendola sempre più vicina al territorio di origine, che è un territorio unico. L'Italia è il Belpaese, ha tantissime eccellenze: però all'estero quando si parla di Toscana si ha subito la consapevolezza di parlare di un qualcosa che viene associato con qualità, eccellenza, patrimonio artistico o enogastronomico, quindi è facile valorizzare il prodotto valorizzando il territorio. Quello che noi facciamo è raccontare perché Acqua Panna è diversa dalle altre acque del mondo, associandola a un territorio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

