



## ACQUA SANT'ANNA NEL RAPPORTO "NOSTRA ECCELLENZA" EURISPES

Il caso dell'acqua minerale prodotta a Vinadio dall'imprenditore Alberto Bertone censito tra i 100 casi dell'Italia che funziona: una case history di successo che merita di essere raccontata

La storia dell'Acqua Sant'Anna sarà uno dei 100 casi di successo raccolti da "Nostra Eccellenza" edizione 2007, il rapporto Eurispes che seleziona i migliori esempi dell'Italia che ce la fa, che funziona, che emerge. "Nostra Eccellenza" raccoglie i casi di successo per storia, dimensione di impresa, capacità di innovazione di processo e di prodotto, qualità dei processi organizzativi, contenuti simbolici del marchio... Insomma: Acqua Sant'Anna e l'Azienda Fonti di Vinadio faranno parte di quella "Italia che funziona" e che ha saputo con caparbietà, tratti di genialità e sapienza organizzativa, individuare una traiettoria di mercato vincente.

Alberto Bertone, "patron" dell'Acqua Sant'Anna, viene da una famiglia piemontese che da oltre 50 anni opera nel settore immobiliare. Ha mosso il primo passo nel settore dell'acqua minerale nel 1996 e in soli dieci anni ha portato quest'acqua ai vertici del mercato, individuando con genialità la strada da percorrere. Questi i punti di forza:

qualità del prodotto: l'acqua di Vinadio è conosciuta ed apprezzata per le sue qualità da secoli dai pellegrini che percorrono l'ascensione al Santuario più alto d'Europa; povera di sodio, con un residuo fisso tra i più bassi al mondo, tra le prime acque ad ottenere il titolo di acqua indicata nella preparazione di alimenti per neonati, è leggera e nasce in un ambiente incontaminato; con le stesse caratteristiche da cui sgorga dalla fonte arriva in 24 ore sulla tavola del consumatore;

innovazione tecnologica: lo stabilimento di Vinadio è ormai un esempio di avanguardia tecnologica e razionalizzazione della produzione di fama internazionale; i manager delle più grandi multinazionali del beverage si sono recati a Vinadio per visitare lo stabilimento dove dall'inizio del 2007 è in funzione la linea di imbottigliamento più grande al mondo;

trasparenza nella comunicazione: forte delle sue caratteristiche organolettiche, Acqua Sant'Anna si è presentata al pubblico in modo piano e immediato, semplicemente enunciando i propri valori ed è stata tra i primi marchi a sfruttare l'opportunità della pubblicità comparativa; il ruolo "didattico" che ha avuto negli anni nell'insegnare al pubblico che le acque non sono tutte uguali e che è possibile bere in base alle proprie esigenze, è stato pubblicamente e ripetutamente riconosciuto; coscienza ecologica: dallo stabilimento a basso impatto ambientale, dove l'acqua è trasportata dal fine linea al magazzino con muletti a guida laser che si muovono con batterie e non carburante, quindi ecologici; alla logistica gestita su rotaia su tutto il territorio nazionale.

Acqua Sant'Anna non è solo un successo di business, di vendite, di fatturato. E' una case history imprenditoriale che dimostra etica e capacità di proporsi, determinazione e coraggio. Sant'Anna è il primo marchio 100% italiano del settore acque minerali a riuscire ad imporsi e raggiungere, da sola, i livelli delle grandi multinazionali.

Ufficio Stampa – STUDIO SUITNER s.r.l.

Tel. 011/8196450 – Fax 011/8196306 –

HYPERLINK "mailto:segreteria.stsuit@iol.it" [segreteria.stsuit@iol.it](mailto:segreteria.stsuit@iol.it)