



LOGIN | REGISTRATI

GIOVEDÌ 23 GENNAIO

L'EDITORIALE

Renzi è uno slogan, però...

Cerca nel sito... Cerca

Blog Politica Economia Italia Personaggi Esteri Sondaggi Dossier Salute Spettacoli Sport Gallery TV Case Edicola

Opinioni Lettere al direttore Borsa Regioni Milano Roma Meteo Viaggi Animali Sostenibilità Scienze & Tech Enogastronomia

»Regioni

LOMBARDIA

Sanpellegrino: nel 2012 ha generato 1,1 mld di valore condiviso

Condividi Commenti 0

22/01/2014

22/01/2014

AAA

Milano, 22 gen. (Adnkronos) - Il Gruppo Sanpellegrino ha presentato oggi l'analisi del valore che le sue attività hanno

generato lungo l'intera filiera nel 2012, in Italia, e le relative ricadute sull'economia del paese. Secondo la logica della creazione di valore condiviso, per Sanpellegrino la chiave del successo è creare valore sia per sé e per i propri azionisti, sia per la società in cui opera, apportando benefici concreti alle persone, all'economia e al territorio. Lo studio, condotto dall'Istituto Althesys e presentato oggi, è una misurazione dei risultati dell'approccio adottato dal Gruppo Sanpellegrino, la cui produzione è radicata in Italia.

Considerando tutti gli attori della filiera del Gruppo, il valore creato nel 2012 in Italia è pari a 1,1 miliardi di euro, circa lo 0,10% della produzione industriale nazionale e 2,4 volte il fatturato del Gruppo stesso in Italia (456 milioni). Il valore condiviso creato è pari a venti volte l'utile netto di Sanpellegrino e allo 0,07% del Pil del paese. Questo dato si compone del valore aggiunto generato dai fornitori del Gruppo (agricoltura, industria e servizi), pari a 208 milioni di euro, da Sanpellegrino stesso, pari a 448 milioni, dal sistema logistico per 77 milioni e dai canali distributivi per 371 milioni.

Dell'1,1 miliardi totali, 258 milioni di euro è il contributo dell'export al valore condiviso creato nell'intera filiera Italia. "Le caratteristiche Made in Italy dei prodotti Sanpellegrino -spiega Alessandro Marangoni, amministratore delegato di Althesys- sono un importante volano per la creazione di valore nel nostro paese: le vendite all'estero sono una componente essenziale, in quanto i prodotti sono realizzati in Italia e generano anch'essi valore aggiunto e occupazione a livello nazionale".