

# Evento finale della 4<sup>a</sup> edizione della Community Valore Acqua per l'Italia Giornata Mondiale dell'Acqua

#ValoreAcqua

## Mercoledì 22 marzo 2023

Acquario Romano (Piazza Manfredo Fanti, 47 - Roma)

### Presentazione di Mauro Gallavotti

Amministratore Delegato, Celli Group

MAIN PARTNER



PARTNER

JUNIOR PARTNER



Life Is On



# *L'urgenza di una Conversione Culturale dei Consumi*

**SUSTAINABLE**

**HUMAN CENTERED**

**CONNECTED**





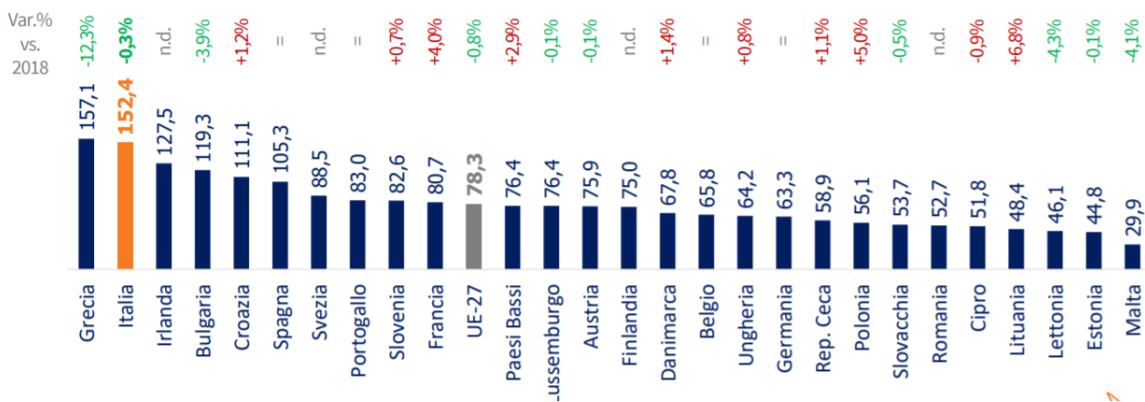
Il consumo di bevande in bottiglia ha un impatto ambientale importante, fino a 300 volte superiore a quello di bevande consumate attraverso sistemi di erogazione. Non solo in termini di carbon footprint: basta pensare che 1/3 di litro d'acqua viene sprecato solo per produrre e trasportare una bottiglia di PET.

# L'insostenibilità degli attuali modelli di consumo di acqua: i paradossi italiani

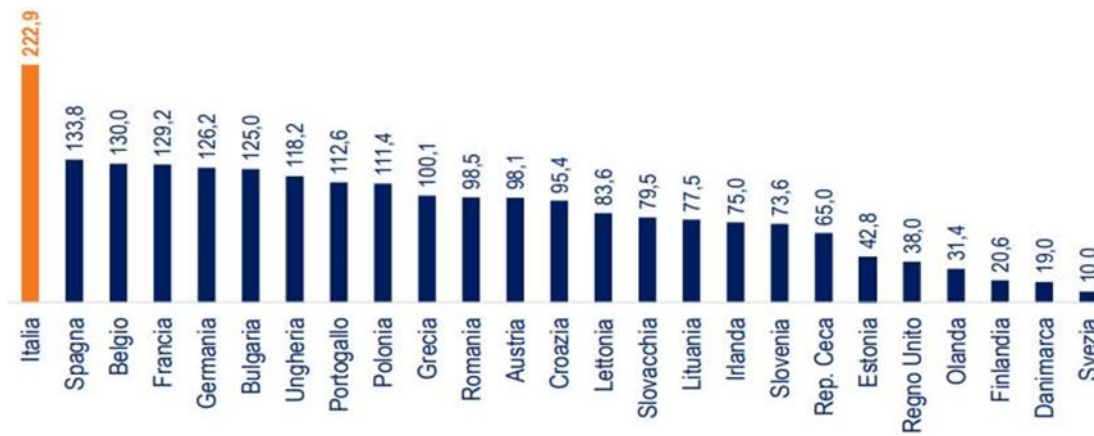
## L'Italia è un Paese fortemente idrovoro: è al 2° posto in Europa per prelievi idrici per abitante

**Prelievi di acqua a uso potabile per abitante nei Paesi UE-27**

(m<sup>3</sup> per abitante e var.% vs. anno precedente), 2019 o ultimo anno disponibile

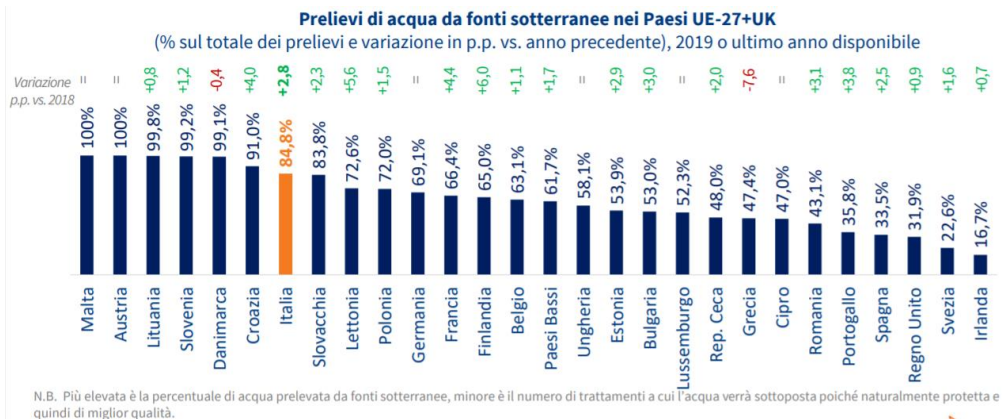


## L'Italia è al 1° posto in Europa e al mondo per consumo di acqua minerale in bottiglia



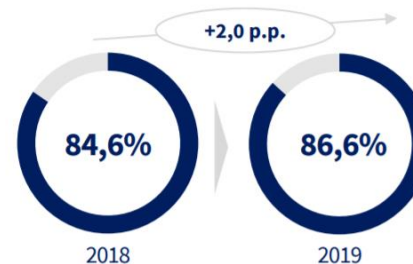
# L'insostenibilità degli attuali modelli di consumo di acqua: i paradossi italiani

## La qualità dell'acqua prelevata in Italia è tra le migliori d'Europa ed è ulteriormente migliorata nell'ultimo anno

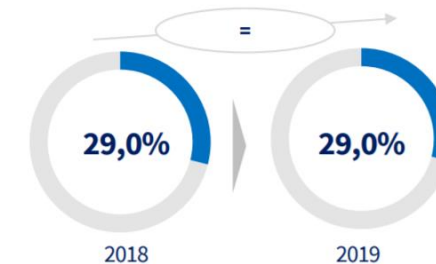


## Nonostante un'elevata qualità e un buon grado di soddisfazione verso il servizio, la fiducia dei cittadini nella qualità dell'acqua di rete resta bassa

**Popolazione soddisfatta della qualità del servizio idrico in Italia**  
(% su totale popolazione), 2018-2019



**Livello di fiducia nel bere l'acqua del rubinetto in Italia**  
(% su totale popolazione), 2018-2019



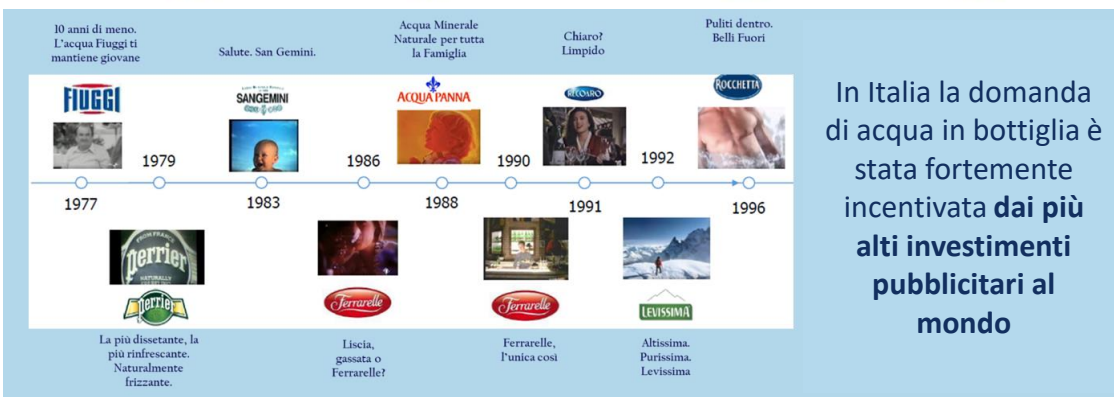
10 anni di meno. L'acqua Fiuggi ti mantiene giovane

Salute. San Gemini.

Acqua Minerale Naturale per tutta la Famiglia

Chiaro? Limpido

Puliti dentro. Belli Fuori



La più dissetante, la più rinfrescante. Naturalmente frizzante.

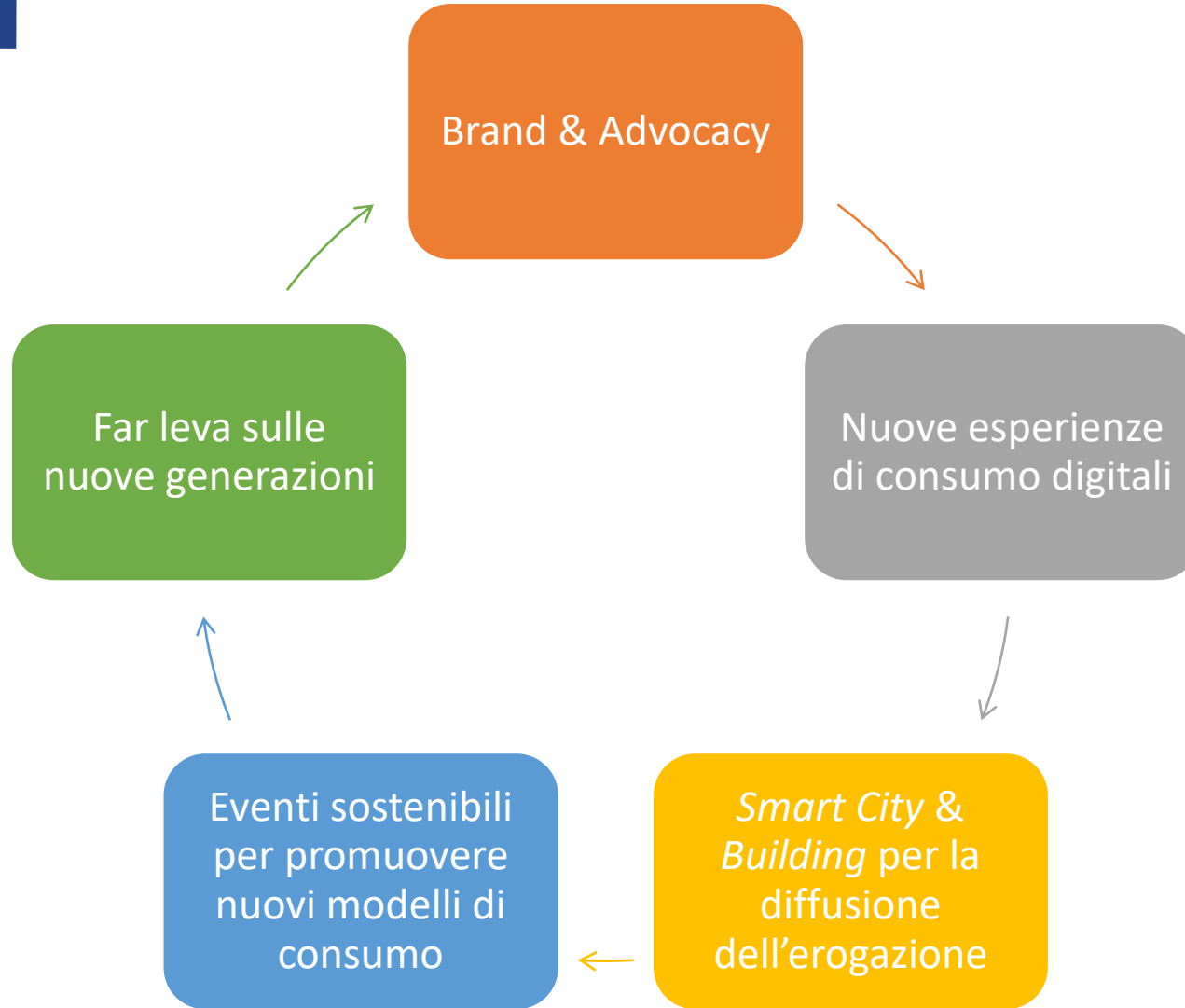
Liscia, gassata o Ferrarelle?

Ferrarelle, l'unica così

Altissima. Purissima. Levissima

In Italia la domanda di acqua in bottiglia è stata fortemente incentivata dai più alti investimenti pubblicitari al mondo

# Come promuovere una Conversione Culturale dei Consumi



L'impegno del Gruppo Celli per promuovere una Conversione Culturale dei Consumi passa attraverso una **serie di iniziative** e il coinvolgimento di diversi **attori del sistema**



# Acqua Alma: il brand manifesto per l'acqua trattata in Italia



**CHIARA, FRESCA, SEMPLICE.**

L'ACQUA È COSÌ. **Libera, Elementare, Potente, Bellissima.**

*E' un piacere primordiale, una necessità vitale. UN BENE PREZIOSO da proteggere e tutelare.*

Da bere e da offrire con **SEMPLICITÀ**, con **FIDUCIA**, con **SERietà**.

PERCHÉ CON L'ACQUA **NON SI SCHERZA.**

Il Gruppo Celli lo sa: dopo oltre 40 anni di impegno nell'offrire ai professionisti della ristorazione e ai consumatori finali la miglior drinking experience attraverso l'arte della spillatura della birra e dei soft drinks,

OGGI INTRAPRENDE UNA NUOVA MISSIONE DI CONVERSIONE CULTURALE DEI CONSUMI,

PER RIPORTARE ANCHE L'ACQUA ALLA SUA MIGLIORE NATURA:

rispettata, controllata, servita fresca alla temperatura ideale, buonissima liscia o gassata, secondo i gusti di chi la berrà, **SENZA SPRECHI**

E CON UN COMUNE VANTAGGIO PER IL CONSUMATORE FINALE, PER IL RISTORATORE E PER L'AMBIENTE.

E' un ritorno al futuro che libera l'acqua dalle sovrastrutture, dagli effetti collaterali di un mercato divenuto insostenibile per la società e per il pianeta: L'ACQUA DI DOMANI

**CHIARA, FRESCA, SEMPLICE.**



**DRINK RESPONSIBLY.**



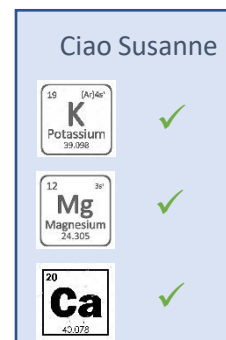
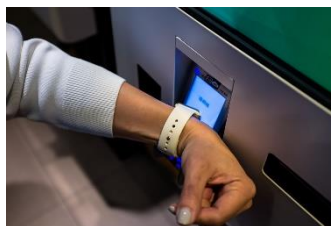
# Le attività di advocacy per creare consapevolezza e conoscenza dei fenomeni

Il Gruppo Celli ha **promosso diversi studi specifici** ed è orgoglioso **partner fondatore** della **Community Valore Acqua per l'Italia** e della **Community Smart Building** di The European House - Ambrosetti





# «non ci sono limiti nel disegnare nuove esperienze di consumo attraverso la digitalizzazione»



# «non ci sono limiti nel disegnare nuove esperienze di consumo attraverso la digitalizzazione»

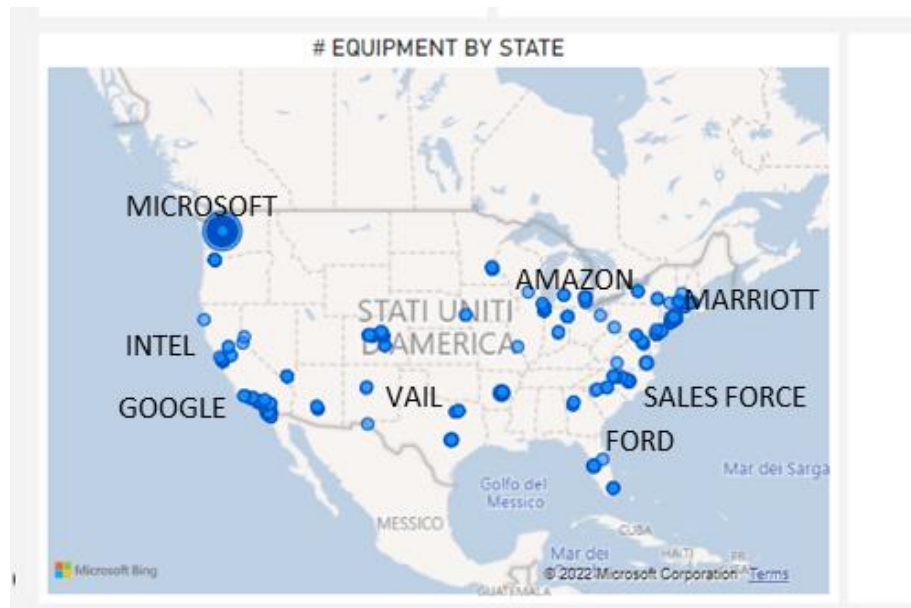
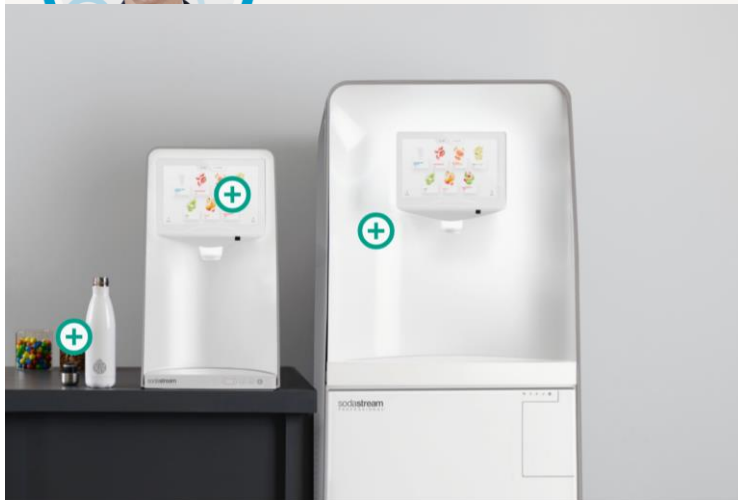
## 2019 SUSTAINABILITY REPORT OUR STRATEGY

### A MESSAGE FROM OUR CEO, RAMON LAGUARTA



The past few months have been among the most challenging in recent memory.

COVID-19 has profoundly transformed how we work, parent, shop, learn, and socialize. It has caused unfathomable grief and taxed our social infrastructure like nothing before, revealing hidden societal pain points, reopening old wounds, and creating fresh ones.



# «non ci sono limiti nel disegnare nuove esperienze di consumo attraverso la digitalizzazione»



## ACQUA ALMA REFILL APP

Naturalmente digitale  
Incentrata sul cliente



## BORRACCIA SMART

Sostenibile  
Connessa  
Semplice



## ACQUA ALMA POINT

Alta tecnologia  
Rivoluzionario



# Una nuova cultura dell'acqua attraverso città sostenibili: creare il sistema



**UFFICI**



**PALESTRE**



**UNIVERSITA'**



**CONDOMINI**



**STAZIONI e METRO**

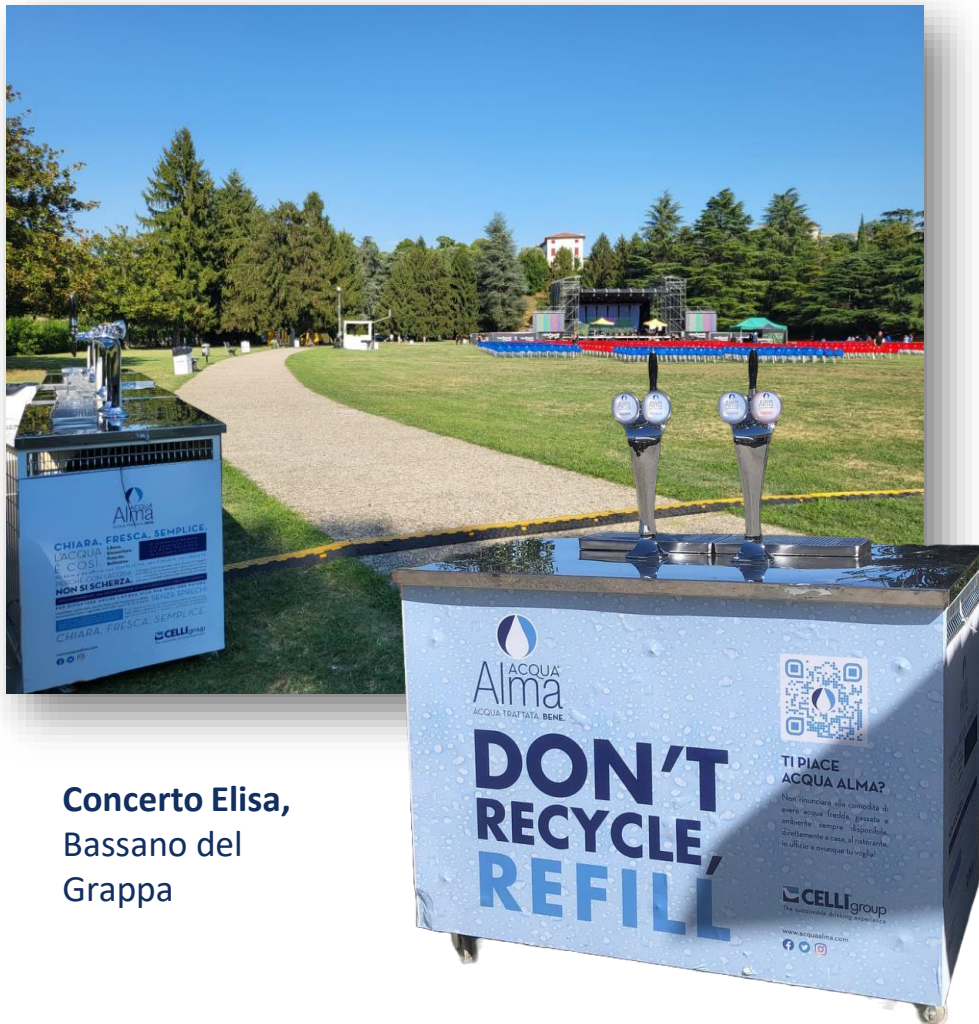


**SCUOLE**





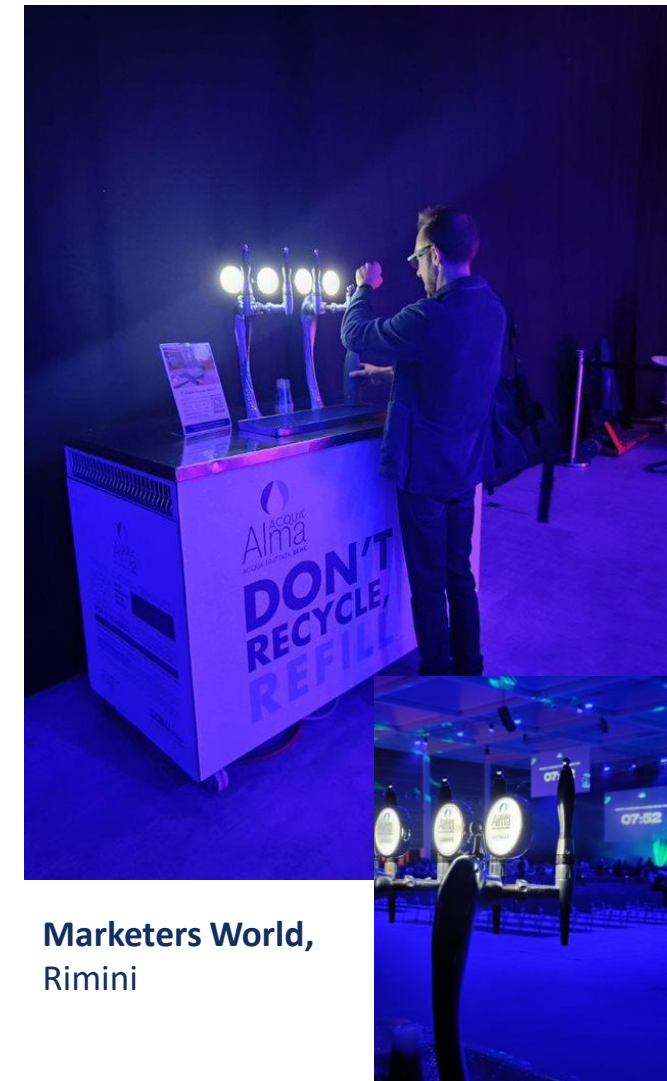
# Eventi sostenibili per creare nuovi modelli di consumo



Concerto Elisa,  
Bassano del  
Grappa



Gran Premio F1,  
Monza



Marketers World,  
Rimini

# Le nuove generazioni sono già pronte al cambiamento: un esempio concreto per i Licei TRED



Non dobbiamo educare le nuove generazioni,  
**sono loro che educano noi!**  
Il nostro compito è accompagnarle nel loro **percorso**  
**assecondando i loro bisogni** e fornendo loro gli strumenti



**7 Istituti omnicomprensivi nel Sud del Paese**

**27 Licei TRED**

**oltre 5.000 studenti**

Il progetto prevede l'installazione di **più di 150 erogatori in tutti gli istituti coinvolti**. Perché il cambiamento nelle abitudini di consumo si fa' anche attraverso gesti concreti, riempiendo una borraccia ad un erogatore.



# Le nuove generazioni sono già pronte al cambiamento: l'impegno di Federica Brignone con Acqua Alma



- Vincitrice della Coppa del Mondo assoluta nel 2020
- Campionessa del Mondo 2023
- 3 medaglie olimpiche
- Altre due medaglie iridate
- 3 coppe del Mondo di specialità in tre diverse discipline
- 56 podi in Coppa del Mondo di cui 21 vittorie



**“Traiettorie Liquide”** è un progetto sociale di responsabilità ambientale **per sensibilizzare l’opinione pubblica nei confronti di temi legati alla salvaguardia dell’ambiente**, a partire dallo **scioglimento dei ghiacciai** fino all’inquinamento **dell’acqua in ogni sua forma**, sottolineando l’importanza dell’utilizzo di **risorse naturali e sostenibili** verso la **decarbonizzazione dei consumi**.



**SUSTAINABLE**



**HUMAN CENTERED**



**CONNECTED**