



## CARTELLA STAMPA - MANIVA SPA

Partendo dalla sua nascita, avvenuta nel 1998, MANIVA SpA è stata protagonista di una rapida evoluzione che da piccola realtà locale l'ha elevata a Gruppo di rilievo nazionale. Il rispetto della montagna, da cui il brand ha preso vita, è rimasto costante, una scelta di valore di cui MANIVA si fa garante del rispetto degli elevati standard qualitativi delle proprie acque, tutte provenienti da fonti di montagna: pure e leggere, particolarmente indicate nell'alimentazione dei neonati.

### IL GRUPPO MANIVA

Il Gruppo MANIVA SpA ha consolidato la sua presenza nel settore delle acque minerali con le etichette **MANIVA**, **VERNA**, **BALDA**, **VAIA**, nonché **BIBITE MANIVA** e **THE MANIVA** per le bibite.

In questi anni ha stretto rapporti commerciali con i principali canali della distribuzione italiana, con una presenza costante nella Grande Distribuzione e nell'Ho.re.ca., nel Vending e nel Porta a porta.

MANIVA SpA imbottiglia a marchio privato anche per alcuni importanti gruppi distributivi (ad esempio Bennet ed il Consorzio Adat).

Non solo acqua: MANIVA SpA opera anche nel settore delle **bibite analcoliche** gassate a base d'acqua minerale, prodotte nello stabilimento di Chiusi della Verna (provincia di Arezzo) e recentemente è entrata nel mercato del the freddo con il nuovo **THE MANIVA**, a base d'acqua alpina ed erbe di montagna.

A connotare le acque minerali del Gruppo, nella competitiva offerta di mercato, sono **qualità e gusto**: tutte oligominerali d'origine montana, sgorgano in luoghi tutelati, ambientalmente protetti ed incontaminati – il versante bresciano ai confini del Parco Naturale dell'Adamello e l'Oasi naturale delle Foreste Casentinesi; pure e leggere, sono acque riconosciute anche per l'alimentazione dei neonati.

### MANIVA OGGI

Con un organico di 60 dipendenti dislocati nei due stabilimenti produttivi di Bagolino (provincia di Brescia) e Chiusi della Verna (entroterra aretino), MANIVA SpA è un'azienda solida ed in rapida crescita, nonostante il grande affollamento competitivo del settore.

Nel mercato altamente frazionato dell'acqua minerale, il Gruppo si attesta ormai tra le

- 1 -

MANIVA SpA  
Via Mignano, 15 - 25072 Bagolino (Brescia) Italia  
Tel +39 0365 903600 Fax +39 0365 903800 info@maniva.it  
C.F. e P.IVA 01835010982 Reg. Imp. Brescia 01835010982  
Cap. Soc. € 4.904.000 di cui 4.704.000 i.v.

AZIENDA CON SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ CERTIFICATO DNV UNI EN ISO 9001:2008



www.manivaspa.it





aziende di riferimento del settore, con una quota del mercato nazionale e marchi dotati di una propria forza e riconoscibilità da parte dei consumatori.

Se la collocazione geografica dei due stabilimenti consente una presenza distributiva diffusa prevalentemente nel Nord e Centro Italia, la particolare composizione organolettica delle acque del Gruppo, sempre più riconosciuta e apprezzata anche al Sud, ne sta facendo crescere la presenza anche in quest'area geografica.

L'azienda sta inoltre perseguendo un progressivo ampliamento della distribuzione all'estero, partendo dall'Europa, ma guardando anche a realtà di altri continenti.

## STORIA ED EVOLUZIONE

Come trasformare una piccola realtà locale in brand di rilievo nazionale.

Il successo del Gruppo MANIVA è il risultato di scelte imprenditoriali innovative, a volte coraggiose, frutto d'intuito, passione e tenacia.

È il 1998 quando a Bagolino (provincia di Brescia, alle pendici del Monte Maniva) la famiglia Foglio fonda lo stabilimento Dosso Alto SpA, oggi MANIVA SpA. Un passo che ha il sapore di una sfida: aprire uno stabilimento di imbottigliamento d'acqua in un paese di montagna lontano dalle vie di grande comunicazione può sembrare una scelta azzardata. È invece una grande intuizione imprenditoriale.

La produzione inizia a gennaio di quello stesso anno, quando l'acqua oligominerale MANIVA, che sgorga dal monte omonimo e che da sempre è nota per le sue proprietà organolettiche, viene imbottigliata per la prima volta. Lo stabilimento è moderno e funzionale e, in poco tempo, incrementa il numero di bottiglie prodotte annualmente fino a raggiungere gli attuali 140 milioni di pezzi, con un fatturato che si attesta oggi sui 16 milioni di euro.

Nei tre anni successivi all'avvio, parallelamente allo sviluppo della produzione, Dosso Alto SpA incrementa e specializza l'apparato distributivo, grazie anche all'acquisizione, nel 2001, del marchio BALDA, etichetta storica nel mercato delle acque minerali in vetro dedicate alle ristorazioni e imbottigliata fin dal 1964.

Il Gruppo può così ampliare la propria gamma di prodotti per soddisfare i diversi canali commerciali nazionali, mentre affida all'etichetta VAIA la propria presenza sul mercato estero del Nord Europa, ampliandone poi la distribuzione sul mercato dei prodotti di convenienza del Nord Italia.

Dopo aver raddoppiato la struttura produttiva e la superficie coperta dello stabilimento di Bagolino, nel 2003 il Gruppo Dosso Alto allarga ulteriormente i propri orizzonti imprenditoriali:

- 2 -

MANIVA SpA  
Via Mignano, 15 - 25072 Bagolino (Brescia) Italia  
Tel +39 0365 903600 Fax +39 0365 903800 info@maniva.it  
C.F. e P.IVA 01835010982 Reg. Imp. Brescia 01835010982  
Cap. Soc. € 4.904.000 di cui 4.704.000 i.v.

AZIENDA CON SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ CERTIFICATO DNV UNI EN ISO 9001:2008



www.manivaspa.it





tappa fondamentale sarà l'acquisizione dello stabilimento **SORGENTE VERNA Srl** di Chiusi della Verna, nell'Oasi naturale delle foreste casentinesi della provincia di Arezzo.

Lo stabilimento, attivo fin dal 1975, viene completamente rinnovato e l'acqua, rinomata per le sue proprietà terapeutiche già citate in un documento risalente al 1666, viene imbottigliata e commercializzata con l'etichetta **VERNA**. Con questa nuova realtà produttiva il Gruppo si affaccia con successo nel settore delle bevande gassate a base d'acqua minerale: il marchio **AQUIDEA DI VERNA**, diventato **BIBITE MANIVA**, con una gamma di 9 bibite in vetro nei gusti classici, viene subito accolto con favore dai consumatori locali.

Nel 2006 le acque MANIVA e VERNA ottengono il prestigioso riconoscimento del **Ministero della Salute di acque idonee per l'alimentazione dei neonati**.

Nel 2008, ormai a tutti gli effetti Gruppo industriale, Dosso Alto SpA amplia ulteriormente il proprio staff operativo fino ad arrivare a un organico costituito da 60 dipendenti.

L'estate del 2009 segna una svolta importante nella comunicazione del brand: **Dosso Alto SpA cede il passo a MANIVA SpA**. La scelta di fare del **nome del Monte il marchio aziendale** sotto cui riunire le diverse realtà aziendali che compongono il Gruppo, si inserisce in un percorso industriale in costante evoluzione, che ha visto l'Azienda trasformarsi in pochi anni da piccola realtà locale a brand di rilievo nazionale.

## GLI STABILIMENTI DI IMBOTTIGLIAMENTO

### BAGOLINO

Stabilimento principale del Gruppo MANIVA, nella Valle del Caffaro, ai confini con il Parco Naturale dell'Adamello, è immerso nello splendido scenario del versante bresciano delle Alpi Retiche. La sorgente principale, che sgorga dal Monte Maniva, assicura la straordinaria leggerezza e l'assoluta purezza di quest'acqua, le cui proprietà organolettiche sono rinomate sin dall'antichità. Vi s'imbottigliano le etichette MANIVA, BALDA e VAIA in vetro e Pet.

### CHIUSI DELLA VERNA

Entrato a far parte del Gruppo MANIVA nel 2003, sorge in provincia di Arezzo, all'interno dell'Oasi naturale protetta delle Foreste Casentinesi. L'acqua minerale VERNA che si imbottiglia in questo stabilimento, vanta una storia antica; infatti già nel 1666 il Conte Ubertini ne apprezzava le qualità terapeutiche. L'acqua minerale VERNA è prodotta in bottiglie di vetro e Pet, mentre le **BIBITE MANIVA** nella sola bottiglia di vetro.

## LE ETICHETTE

### MANIVA

- 3 -

MANIVA SpA  
Via Mignano, 15 - 25072 Bagolino (Brescia) Italia  
Tel +39 0365 903600 Fax +39 0365 903800 info@maniva.it  
C.F. e P.IVA 01835010982 Reg. Imp. Brescia 01835010982  
Cap. Soc. € 4.904.000 di cui 4.704.000 i.v.

AZIENDA CON SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ CERTIFICATO DNV UNI EN ISO 9001:2008



www.manivaspa.it





Marchio bandiera del Gruppo, nella linea PET Classic, completamente rinnovata, conserva in etichetta il noto "abbraccio Maniva" tra mamma e bimbo e rimarca la sua origine alpina, ma soprattutto evidenzia il suo particolare valore 8,0 del pH, fatto che la rende ideale per le diete alcaline e per una sana alimentazione che aiuti il metabolismo del nostro corpo. Una linea completa, che trova la sua naturale collocazione nel consumo casalingo, ma che spazia anche dalla ristorazione al tempo libero, nei diversi formati in vetro e Pet. A questa si aggiunge la linea **Chef** in vetro blu, esclusiva per l'alta ristorazione.

#### BALDA

L'acqua oligominerale BALDA sgorga da una sorgente alpina incontaminata ai confini con il Parco dell'Adamello; leggera e povera di sodio, è ottima anche per il consumo fuori casa. Marchio nato nel 1964, BALDA è l'acqua ideale per ogni occasione: una linea completa in Pet Classic per tutta la famiglia, cui si aggiunge la prestigiosa versione in vetro e Pet destinata alla ristorazione.

#### VERNA

Dal Monte della Verna, nelle foreste incontaminate del Casentino, in provincia di Arezzo, sgorga l'acqua minerale VERNA, pura e leggera, ideale anche per i più piccoli. Spesso le cose migliori sono a portata di mano, come recita il claim: "Verna, l'acqua leggera di Casa tua". La linea Verna, ricorda la sua origine toscana nelle eleganti etichette in stile rinascimentale, declinate in vetro e Pet.

#### VAIA

All'etichetta VAIA è affidata la presenza del Gruppo MANIVA principalmente per il mercato del Nord Europa, nonché per il mercato dei prodotti di convenienza (ma di qualità) del Nord Italia.

#### BIBITE GASSATE MANIVA

Una nuova idea di **Bibita in acqua minerale Verna**, dalla forte personalità, per chi cerca il gusto abbinato ad un frizzante piacere. Una gamma completa di **9 gusti**, confezionati in eleganti bottiglie di vetro, con divertenti etichette colorate, che nella grafica ricordano i ruggenti anni '60.

#### THE MANIVA

Questa estensione di gamma deriva dall'idea originale di proporre al mercato un The freddo realizzato con acqua minerale di montagna, ingredienti naturali e una leggera infusione di erbe di montagna (ginepro, sambuco e melissa), dando quindi al **THE MANIVA** un connotato fresco e dissetante.

- 4 -

MANIVA SpA  
Via Mignano, 15 - 25072 Bagolino (Brescia) Italia  
Tel +39 0365 903600 Fax +39 0365 903800 info@maniva.it  
C.F. e P.IVA 01835010982 Reg. Imp. Brescia 01835010982  
Cap. Soc. € 4.904.000 di cui 4.704.000 i.v.

AZIENDA CON SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ CERTIFICATO DNV UNI EN ISO 9001:2008



www.manivaspa.it





## MARKETING E COMUNICAZIONE

La comunicazione dell'acqua minerale MANIVA, il cui vissuto è sempre stato legato al mondo del bambino (e all'idea che, se è buona per la primissima età, è buona anche per gli adulti), ha affrontato il passo successivo: esprimere il concetto di bontà e di sincerità di un'acqua **proveniente dal cuore del Monte Maniva**, con le giuste sostanze necessarie al benessere del nostro organismo.

La strategia di comunicazione, a fondamento della campagna, è nata con l'obiettivo di **riposizionare e rafforzare l'immagine di marca del prodotto** attraverso l'uso di un elemento forte e centrale (la montagna Maniva, appunto) e di un pay-off ("L'acqua minerale alpina a denominazione d'origine") che ne connoti l'**identità**, la qualità, l'unicità.

Del resto, ricerche su panel di consumatori avevano evidenziato gli elementi valoriali distintivi del brand: **forte identità territoriale** (il nome dell'acqua è lo stesso del monte da cui sgorga), **leggerezza corretta** (l'acqua contiene il giusto equilibrio di sali minerali ed oligoelementi che la rendono adatta anche per l'alimentazione dei neonati), **provenienza** (un'acqua pura perché nasce in un ambiente incontaminato, nel cuore delle Alpi Retiche). Questi stessi elementi che connotano fortemente il brand, sono tradotti visivamente dall'immagine: il Monte Maniva (**identità**), elemento grafico forte, ben evidenziato dall'uso del bianco e blu, che fa da sfondo al packshot di prodotto; i colori smorzati che rimandano al linguaggio semplice e diretto che sottende il concetto "acqua" (**sincerità, qualità, leggerezza**); i segni grafici che riconducono alla morfologia della montagna, le curve di livello, la carta topografica (**provenienza**). La campagna istituzionale Maniva, nasce come strumento per comunicare la messa a fuoco del riposizionamento di Maniva: un percorso che parte dal bambino per estendersi al target familiare, attraverso la rappresentazione dell'unicità dell'acqua minerale Maniva.

L'ultima evoluzione nella comunicazione di MANIVA ha riguardato un dato fondamentale per un'acqua minerale, quello del **pH** che, avendo per MANIVA un valore marcatamente alcalino (pH=8), connota l'acqua minerale MANIVA come una delle più idonee per le moderne diete alcaline.

Oggi a livello internazionale si è diffuso il messaggio che mangiare e bere alimenti alcalini aiuta a mantenere il pH naturale del nostro organismo e supporta il nostro benessere quotidiano.

Naturale rafforzamento di questa strategia di comunicazione – avviata con il cambiamento del nome del gruppo, passata attraverso il nuovo logo, la campagna istituzionale e il restyling dell'immagine – è l'iniziativa **Maniva 2.0**, con cui MANIVA e il suo territorio montano si aprono al mondo dei social network.

Il **Monte Maniva**, con la propria sorgente oligominerale, i paesaggi, la comunità, la storia e le



attività del territorio, vengono collegati a Facebook, Twitter, You Tube, Vimeo, Flickr, Instagram grazie al sito [www.maniva.it](http://www.maniva.it).

Il gruppo conferma così la propria predisposizione a scelte innovative, proponendo un nuovo stile di valorizzazione del territorio d'origine, attraverso strumenti di comunicazione evoluti. Nel contempo, questo progetto diventa un modo per raccontare l'acqua attraverso il suo territorio e viceversa: si riprende e si rafforza, quindi, l'importante concetto valoriale della marca, basato sulla provenienza d'origine.

La community nata intorno al sito [www.maniva.it](http://www.maniva.it) è moderata da MANIVA SpA con il patrocinio del Comune di Bagolino e la Comunità Montana di Valle Sabbia.

### **MANIVA E LO SPORT: UN CONNUBIO VINCENTE**

MANIVA SpA, fin dall'avvio della propria attività, ha sempre creduto e investito nel mondo dello sport attraverso sponsorizzazioni e azioni di sostegno a squadre/manifestazioni tanto di livello nazionale che periferico.

In particolare nel mondo del calcio ha sponsorizzato squadre come il Milan, Torino, Fiorentina, Siena, Verona, Chievo, Udinese, Parma, Brescia, Catania, Crotone, Mantova, Lecce e Trento. Nel ciclismo l'Acqua Maniva è stata acqua ufficiale del Giro d'Italia, nonché di alcune Gran Fondo amatoriali e sponsor della squadra professionistica Caldirola. Nella pallavolo le principali sponsorizzazioni hanno riguardato il Verona Volley femminile e il Taranto Volley, nella pallacanestro il Basket Brescia. Nel mondo delle corse podistiche la presenza di Maniva è, da sempre, rilevante: si va dalle maratone (ad esempio: Brescia, Verona, Arezzo, Lago di Garda...), a corse campestri (ad esempio: 5 Mulini), a corse in montagna ed infine a marce non competitive. L'azienda crede fermamente che le sue acque minerali, grazie alla loro equilibrata leggerezza di sali, al pH alcalino e al loro gradevole sapore, possano rappresentare il giusto dissetante per gli sportivi. Al tempo stesso è consapevole che il veicolo promozionale che il mondo sportivo può portare al prodotto, sia un veicolo di grande efficacia e perfettamente confacente alla filosofia aziendale che vuole essere dinamica ed entusiasta, come lo è lo sportivo praticante.

### **MANIVA E L'AMBIENTE: UN IMPEGNO CONCRETO**

Negli anni, MANIVA si è fatta promotrice di alcune **scelte eco-ambientali** particolarmente significative, in un'ottica di rispetto del delicato equilibrio di quel contesto in cui sorgono i suoi siti produttivi, ai margini del Parco dell'Adamello e nell'Oasi naturale delle Foreste Casentinesi.

In particolare:

- conferimento con modalità sicure e trasparenti ad impianti di **depurazione delle acque reflue** dei vari cicli produttivi, principalmente quelle derivanti dal lavaggio delle bottiglie e delle casse;



- impiego esclusivo di carrelli elevatori elettrici **ad emissioni nulle**;
- utilizzo esclusivo di casse in **plastica riciclata per il vetro a rendere**;
- rinnovamento dell'intera gamma di bottiglie in Pet con una **riduzione media dei pesi del 25%**: minore impatto ambientale, stesse caratteristiche d'inalterabilità delle bottiglie, medesima integrità del prodotto;
- **recupero** di tutto il materiale plastico derivato dal ciclo produttivo e, più in generale, applicazione rigorosa delle normative su separazione e smaltimento dei materiali di scarto;
- contributo alla tutela del territorio grazie ad uno **stretto rapporto con le amministrazioni locali**; vedi, ad esempio, la collaborazione con il Comune di Bagolino per la valorizzazione delle risorse e bellezze della Valle del Caffaro, anche attraverso l'azione sinergica per lo sviluppo del progetto **Maniva 2.0**, grazie al quale il sito dell'azienda diventa luogo virtuale di informazione, di conoscenza e di valorizzazione del territorio e del Monte, della sua comunità, della sua ricchezza di risorse, come l'acqua e la natura protetta, del suo turismo e della sua cultura.

### UN TREND POSITIVO

Negli ultimi tempi MANIVA SpA ha consolidato la sua crescita, nonostante un settore sostanzialmente saturo e un mercato che, nell'ultimo biennio, ha fortemente risentito dell'andamento negativo della congiuntura economica.

Il Gruppo MANIVA SpA, invece, mantiene con un fatturato di **16 milioni di euro**, con **140 milioni di bottiglie vendute**.

Un successo, questo, legato a diversi fattori: corrette strategie produttive e di sviluppo fin dalla fondazione del Gruppo, nel 1998; rapporto leale e trasparente con il consumatore; forte identità territoriale delle sue acque (tutte provenienti da aree protette ed incontaminate); conseguente qualità riconosciuta dei suoi prodotti.

Con una quota del mercato nazionale superiore all'1% – e grazie a marchi dotati di una propria forza di riconoscibilità da parte dei consumatori – il Gruppo si pone ormai **nell'orbita delle aziende di riferimento** nel settore delle acque minerali.

Il marchio **VERNA**, distribuito principalmente nell'area Nielsen 3, negli ultimi anni è **cresciuto costantemente**, grazie anche all'accordo siglato con un Consorzio di grossisti toscani per la produzione di un'acqua a marchio, e un forte sostegno pubblicitario sui principali media locali: nelle regioni del Centro Italia l'acqua minerale VERNA ha superato la quota del 2%.

### QUALCHE CIFRA

- Fatturato: 16 milioni di euro;
- Vendita (in volumi): 140 milioni di bottiglie l'anno;

- 7 -

MANIVA SpA  
Via Mignano, 15 - 25072 Bagolino (Brescia) Italia  
Tel +39 0365 903600 Fax +39 0365 903800 info@maniva.it  
C.F. e P.IVA 01835010982 Reg. Imp. Brescia 01835010982  
Cap. Soc. € 4.904.000 di cui 4.704.000 i.v.

AZIENDA CON SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ CERTIFICATO DNV UNI EN ISO 9001:2008



www.manivaspa.it





- Canali distributivi: GDO, Ho.Re.Ca., Door to Door, Vending, Export
- Incidenza export: 5%
- Prodotto più venduto: acqua Maniva nella bottiglia in PET da 50 cl.

#### **PUNTI DI FORZA**

- Qualità delle acque: acque minerali leggere (oligominerali di montagna, a basso residuo fisso con pH alcalino, ideali per la famiglia e per la preparazione degli alimenti dei neonati).
- Qualità ed efficacia comunicativa del packaging.
- Flessibilità e rapidità di servizio.
- Profondità di gamma e assortimento.
- Capacità di adeguamento alle esigenze del mercato.