



Scozia



Gran Bretagna



Italia



Francia



Italia



Gran Bretagna



Italia



Francia



Usa



Italia



Spagna



Scozia

# chiare fresche



Italia



Germania



Francia



Italia



Gran Bretagna



Italia



Italia



Irlanda



Galles



Italia



Germania



Italia

Con o senza bollicine. Tutti la vogliono in bottiglia. **L'Italia è il Paese al mondo dove si consuma più acqua.** Sono 260 le etichette nazionali. Nascono corsi di degustazione e negozi specializzati. Fotografia di un fenomeno di costume, che muove cifre da capogiro

di Maria Spezia - m.spezia@millionaire.it



Canada



Italia



Galles



Belgio



Italia



Germania

# mineralizzate **ACQUE**

**Il potere dell'acqua. Tutti la vogliono in bottiglia. L'Italia è al top della classifica mondiale per il consumo di minerale** e supera addirittura la domanda di Francia, Germania e Stati Uniti. I numeri parlano di un vero e proprio fenomeno: oltre dieci miliardi di litri consumati ogni anno, un giro d'affari di tre miliardi di euro, per una domanda pro capite di 180 litri circa. Quasi 260 le etichette nazionali in commercio, protagoniste di un boom che tocca mille ambiti. Dai fondi di investimento (come il Sam, *Sustainable water fund*) ai corsi di degustazione, dai negozi specializzati alle campagne pubblicitarie che muovono 300 milioni di euro l'anno. La sola Ferrarelle, per il 2005, ne

spenderà dieci per il suo rilancio. Intanto i designer realizzano etichette di stile (Giugiaro, Pininfarina, Iceberg...) e c'è chi come lo stilista Pierre Cardin ha addirittura acquistato una sorgente. Nel commercio si moltiplicano le iniziative in tema. Spiega Ettore Fortuna, presidente di Mineracqua (Federazione italiana industrie acque minerali naturali, [www.mineracqua.it](http://www.mineracqua.it)): «**Il consumo di acqua imbottigliata si è esteso a macchia d'olio: ormai il target di riferimento appartiene a tutte le fasce di reddito,** anche nel Sud Italia. Tre i fattori che influenzano la scelta del prodotto. Il gusto, l'aspettativa di benessere e il prezzo, che per qualcuno rappresenta la variabile più importante».





## NUOVI BUSINESS

### Aqua bar

Per ora si contano sulle dita di una mano, ma presto invaderanno città e grandi centri in Italia e nel mondo. Stiamo parlando degli "aqua bar", i locali specializzati nella degustazione di diversi tipi di acqua. A Tokyo, nel locale aperto nei grandi magazzini il *Seibu Ikebukuro* (tel. 0081 3 39810111), si allungano le degustazioni con cubetti di ghiaccio fatti con acqua minerale. A Parigi, nel *Bar à Bulles*, attivo all'interno dei grandi magazzini Lafayette (tel. 0033 1 42823456), si bevono acque di otto nazioni europee, mentre nel *Water bar de chez Colette* (tel. 0033 1 55353390) in abbinamento a un menu di 100 etichette di minerale c'è anche qualcosa da mangiare.

Anche l'America vive la moda delle bollicine: da Exos, a Montreal (Canada, tel. 001 514 4991144), sugli scaffali di naturali e frizzanti è in vendita merchandising in tema, come i cosmetici a base di acqua del Mar Morto, mentre al bancone si beve caffè preparato con acqua di una sorgente locale. I titolari della Hall of Water nei paraggi di Kansas City (Usa, tel. 001 338 166300753), organizzano aperitivi "salutisti" a base di acqua.

In Italia, ci sono gli Aqua store a Milano e Roma (foto sopra): si tratta di negozi specializzati che propongono 150 etichette tra minerali e non, di cui 90 straniere.

**INFO:** tel. 06 87406106, [www.aquastore.it](http://www.aquastore.it)



La più venduta al mondo è la **Evian**: presente in 125 Paesi, commercia un miliardo e mezzo di bottiglie l'anno. Tra le più care? La **Badoit**: negli USA, costa 25 euro a bottiglia



Ma è proprio vero che il sapore della minerale è superiore all'acqua del rubinetto? La risposta è al centro di una polemica che vede contrapposti i produttori ad alcuni gruppi ambientali e di consumatori. Secondo l'associazione Legambiente ([www.legambiente.com](http://www.legambiente.com)) infatti l'acquisto di acqua in bottiglia è uno spreco: i controlli eseguiti in diverse città proverebbero che esistono enormi pregiudizi sugli acquedotti comunali e che bere dal rubinetto non sarebbe nocivo. Anzi. Diversa la posizione di Mineracqua: «E' ovvio che l'acqua di casa è potabile. Però è anche disinfettata con cloro, mentre quella imbottigliata sorge da un giacimento profondo e protetto, che offre garanzia di purezza» puntualizza Fortuna. Tra i due opposti esistono anche pareri più moderati, come quello di Giorgio Temporelli, responsabile tecnico della Sita di Genova (Società italiana trattamento acque, [www.sitauv.com](http://www.sitauv.com)): «Alcune città hanno acque pubbliche molto buone, come Aosta, Castellammare di Stabia (NA) e Roma, altre invece devono attingere a fonti non ottimali, per esempio a laghi fermi. In questi casi è d'obbligo aggiungere cloro con funzione antibatterica: il risultato è una bevanda sicura ma con un retrogusto a volte sgradevole».

Rimane però aperto il discorso economico. Quanto costa effettivamente l'acqua che beviamo? «Nei ristoranti l'acqua da tavola», servita in bottiglia o carrafa, ma ottenuta filtrando quella del rubinetto con un semplice apparecchio acquistabile in una televendita, costa anche quattro euro al litro» dichiara Emanuele Picari, portavoce dell'Unione nazionale consumatori ▶▶



## mondo H<sub>2</sub>O

### Acqua "à porter"

E' stata soprannominata "acqua da passeggio" la confezione da 75 cl di Acqua Panna, dotata di un tappo ad hoc per evitare perdite di liquido.

**INFO:** [www.panna.it](http://www.panna.it)



### Griffata

E' firmata dal marchio di abbigliamento Iceberg l'acqua prodotta da Galvanina.

**INFO:** [www.galvanina.com](http://www.galvanina.com)



### For Vip Only

Distribuita solo nei ristoranti più esclusivi, l'acqua Surgiva è amata da Vip come Luciano Benetton.

**INFO:** [www.ferrarispumante.it](http://www.ferrarispumante.it)

**Acqua d'oro. E' quella che vede testimonial Alessandro Del Piero (per Uliveto), con la Miss Italia 2004 Cristina Chiabotto. Pare che il calciatore, per gli spot, guadagni circa un milione di euro l'anno**



»» (www.consumatori.it). La minerale, invece, si paga 20-30 centesimi al litro, circa 500 volte di più rispetto a quella del rubinetto. Per non parlare di quella che ne costa addirittura 60, cifra forse gonfiata dagli spot che spingono all'equazione: più spendi, meglio starai. «In realtà non esiste un'acqua migliore di altre, ma solo quella meno controindicata, cioè la oligominerale, che contiene meno di 500 mg di sali per litro» prosegue Temporelli. E proprio sulla differenza di composizione sono nate numerose iniziative in tema. Su Internet, ci sono portali dedicati alla minerale, come [www.finewaters.com](http://www.finewaters.com), collegati a siti di vendita. **Negli Usa, i ristoranti più esclusivi come il Ritz-Carlton di New York assumono sempre più i sommelier delle acque, che propongono il giusto abbinamento con i vari tipi di cibo (più frizzante per antipasti e dessert, più leggera per i secondi...).** In Italia, l'Associazione degustatori acque minerali (Adam, [www.degustatoriacque.com](http://www.degustatoriacque.com)) organizza corsi di tre livelli (durata uno-due giorni) con costi di circa 60 euro. Intanto in Italia c'è già chi vende la minerale che arriva dalle isole Fiji, contiene rame e antiossidanti, migliora pelle e capelli. Per gli insonni invece meglio quella ricca di magnesio (Tettuccio, Gaudianello). E per chi vuole gustarla al massimo, è necessario un bicchiere senza gambo ma con l'imboccatura stretta. Tutto vero? L'importante è non perdersi in un bicchier d'acqua.



## leo for water

Leonardo DiCaprio si batte per l'acqua. Sulle pagine del suo sito è possibile vedere il documentario *Water Planet*, in cui si parla della carenza di acqua nel mondo. La campagna per un miglior uso e una distribuzione più equa delle risorse idriche mondiali, ancora oggi inaccessibili a oltre un miliardo di persone, è una delle tante iniziative ambientali promosse dalla Leonardo DiCaprio Foundation, associazione benefica fondata dal divo di *Aviator*.  
INFO: [www.leonardodicaprio.org](http://www.leonardodicaprio.org)



### Con la corona

La imbottiglia la società gestita dal principe Carlo d'Inghilterra e si chiama Royal Deeside. Costo: quasi una sterlina (1,50 euro), quattro volte tanto quella prodotta dalla stessa sorgente con altro marchio.  
INFO: [www.duchyoriginals.com](http://www.duchyoriginals.com)



### Di design

Bottiglia in vetro per la Lauretana disegnata dal progettista Sergio Pininfarina.  
INFO: [www.lauretana.com](http://www.lauretana.com)



### Di ghiaccio

Pare sia la preferita della cantante Madonna: la norvegese Voss è ottenuta trivellando le falde di un ghiacciaio. Prezzo: otto euro la bottiglia.  
INFO: [www.vosswater.com](http://www.vosswater.com)