

# Marchi italiani Ogni 2 bottiglie Ferrarelle ne riciclerà una



Carlo Pontecorvo

In tanti ricordiamo il celebre claim pubblicitario «liscia, gassata, o Ferrarelle?» di uno dei più noti marchi di acque minerali italiani. Oggi che l'intera azienda ha assunto il nome del suo principale brand, «abbiamo messo al centro della nostra strategia l'obiettivo di diversificare acquistando altri marchi di qualità elevata nel settore alimentare», spiega Carlo Pontecorvo, presidente e amministratore delegato del gruppo Ferrarelle, ceduto nel 2005 dalla multinazionale francese Danone alla famiglia Pontecorvo - Ricciardi. Oggi Ferrarelle, in un mercato dell'acqua minerale in crescita, distribuisce 930 milioni di litri di acqua (+4% rispetto al 2016), con un fatturato di 142 milioni di euro, in aumento di 5 milioni. «Il gruppo Ferrarelle punta a diventare un polo del food made in Italy, incentrato sulla sostenibilità, come dimostra il cospicuo investimento che abbiamo intrapreso per la produzione di pet riciclato», spiega Pontecorvo. Accanto all'acquisizione di marchi top di gamma come la storica azienda toscana di cioccolato Amedei, un'operazione realizzata con l'obiettivo di arricchire il portafoglio marchi del gruppo, l'ambiziosa strategia di Ferrarelle punta infatti ad andare al cuore di un problema che potrebbe in futuro limitare lo sviluppo del settore delle acque minerali, vale a dire lo smaltimento delle bottiglie di plastica utilizzate per l'imballaggio. Ferrarelle è stata così la prima azienda del

comparto acque minerali in Italia ad entrare nel trattamento degli imballi post-consumo con la produzione di R-Pet (acronimo di polietilene tereftalato), pet riciclato con il quale realizzerà le proprie preforme, lo stato embrionale delle bottiglie. In base alle nuove norme europee, infatti, Ferrarelle potrà produrre le sue nuove preforme — e quindi le bottiglie — con il 50 % di pet riciclato, dando nuova vita ai contenitori in pet provenienti dalla raccolta differenziata. La produzione di R-Pet verrà realizzata nello stabilimento di Presenzano, in provincia di Caserta, e consentirà di riciclare circa 23 mila tonnellate di pet all'anno. «Si tratta di una svolta importante che ha l'obiettivo di mettere al centro la tutela ambientale, così come avviene in altri mercati esteri in cui vi è un elevato consumo di acque minerali e quindi produzione di rifiuti in pet, come ad esempio Israele», conclude Pontecorvo. Rafforzamento della reputazione del marchio, politiche «green» e diversificazione dei marchi: è dunque questo il mix con cui Ferrarelle punta ad espandersi anche sui mercati esteri.

**Marco Sabella**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La storia

● Il gruppo Ferrarelle prende il nome dalla fonte acquifera di Roccamonfina, in provincia di Caserta. La società fu fondata nel 1893 e nel 2005 fu ceduta dalla multinazionale francese Danone alla famiglia Pontecorvo - Ricciardi

● Ferrarelle ha registrato nel 2017 un fatturato di 142 miliardi di euro. Il gruppo punta a diventare un polo dell'industria alimentare di qualità, aggregando anche altri marchi di fascia alta

● La convention che si è tenuta in questi giorni a Bologna nella sede della [Bologna Business School](#), ha posto l'accento sui valori legati a questa strategia di crescita

