

AMBIENTE

LA POLEMICA

"Acqua Minerale? No grazie" la guerra arriva sullo scaffale

La Coop: dal rubinetto è meglio. Ed è bagarre. L'offensiva passa anche da un raddoppio delle fonti per approvvigionarsi. Il colosso è pronto a vendere ai consumatori una sua caraffa filtrante a uso domestico

di PAOLO BERIZZI



MILANO - Con un po' di enfasi l'hanno già battezzata "la guerra delle acque". Qualcuno ha voluto aggiungere che le acque si sono ormai rotte. Sta di fatto che, a colpi di spot, tra campagne mediatiche, dossier scientifici, cartelloni con la mappa delle sorgenti più vicine alla nostra cucina, consigli e sconsigli per gli acquisti, i fautori del rubinetto e quelli della bottiglia se le stanno suonando alla grande. Da una parte Coop (che pure etichetta le sue bottiglie) insieme con qualche alleato di scuola di pensiero (evviva l'acqua del sindaco, è buona, economica e fa bene all'ambiente).

Dall'altra Mineracqua, la federazione italiana dei produttori di acque minerali, che controbatte esaltando la "superiorità" dell'oro blu in versione confezionata. Ma andiamo con ordine. La prima pietra - anzi, la prima goccia - l'ha lanciata **Coop Italia** cinque giorni fa. **Con una campagna di comunicazione aggressiva** ("Acqua casa mia", costo 1 milione di euro, testimonial Luciana Littizzetto che in uno spot tv annaspa nel traffico e poi con gusto beve dal rubinetto come se ne sgorgasse lo stesso liquido della piscina di Coccoon), **ha invitato gli italiani a consumare più acqua pubblica**, o, in alternativa per chi non vuole rinunciare alla minerale, a scegliere quella delle fonti più vicine a casa (a km 0 come è del resto quella gratis).

L'obiettivo, spiega la Coop, è prima di tutto ecologista. E cioè: ridurre i costi e l'inquinamento che derivano dal trasporto dell'acqua. Per portarla dalla fonti alla tavola - l'Italia è il primo consumatore in Europa e terzo al mondo di acqua minerale dopo Emirati e Messico, 195 litri a testa - si muovono ogni anno 480 mila tir. Che messi in fila fanno un viaggio andata e ritorno Roma-Mosca. "Il trasporto su gomma di 100 litri d'acqua che viaggiano per 100 km produce emissione per oltre 10 kg di anidride carbonica - spiega Aldo Soldi, presidente di Ancc-Coop - . Se invece si sceglie acqua di rubinetto per ogni 100 litri si immettono in atmosfera 0,04 kg di CO2, 250 volte di meno".

È evidente che non alla sola tutela dell'ambiente pensa Coop: incentivando l'acqua del rubinetto, il colosso distributivo è pronto a vendere ai consumatori una sua caraffa filtrante a uso domestico. Di più. L'offensiva contro i grandi produttori passa anche da un raddoppio delle fonti di approvvigionamento. Alle due già esistenti (sorgente Grigna a Lecco e monte Cimone a Modena)

Coop ne aggiunge altre due (Valcimoliana a Pordenone e Angelica a Perugia). In questo modo, con quattro fonti, una quinta arriverà al sud, la distanza media che le bottiglie devono percorrere si accorcerà del 12%. E cioè 235mila km e 388mila kg di anidride carbonica in meno.

Aperta la gara di purezza - a fianco di Coop si schierano anche Amiacque e Cap Holding - la replica dei produttori di acqua minerale non si è fatta attendere. Giura il presidente di Mineracqua, Ettore Fortuna, che la "nostra campagna istituzionale era già in programma da due mesi" e che "Coop avrebbe potuto coinvolgerci, visto che la salvaguardia dell'ambiente è cara anche a noi". Ma tant'è, lanciata la sfida, gli imbottiglieri sono insorti. "Ci siamo stancati di sentire dire che l'acqua del rubinetto e quella in bottiglia sono uguali - ragiona Fortuna - . Non è così. Si vuol far credere agli italiani che se comprano l'acqua devono sentirsi in colpa perché inquinano l'ambiente...".

Per questo, dice, "abbiamo lanciato la nostra campagna. L'acqua in bottiglia è pura all'origine, non è trattata, è impossibile trovare tracce di cloro o suoi derivati. È imbottigliata alla sorgente e, quando la sorgente non è attaccata agli impianti, in quel tratto scorre in condotte di acciaio inossidabile, non di cemento o plastica come quella del rubinetto". La sfida è apertissima. In tutto questo, bottiglia o rubinetto, gli italiani si confermano grandi bevitori del liquido più ipocalorico per eccellenza. Sempre divisi in due fazioni. E a volte attenti al portafoglio.

(12 ottobre 2010)