

ECONOMIA & LAVORO

SUPPLEMENTO AL NUMERO ODIERNO DI **IL GIORNO** *il Resto del Carlino* **LA NAZIONE****RISPARMIO**

**CYBER SICUREZZA,
LE BANCHE
SONO IN CAMPO**



**Informati e Sicuri con
'I Navigati', è la nuova
campagna delle banche
italiane per sensibilizzare
sulla cyber sicurezza**
- [Rota a pag. 8](#)

INVESTIMENTI

**Private banking,
rivoluzione digital**

Il vecchio consulente
finanziario che
parlava ai clienti solo
di persona. Il digitale
ha cambiato tutto
- [Telara a pag. 15](#)

LIGURIA A EXPO DUBAI

**IL GRUPPO BOERO
DÀ COLORE AL
PADIGLIONE ITALIA**

**Liguria protagonista
a Expo Dubai: turismo,
nautica, cultura, mare,
i fiori all'occhiello. Oltre
a imprese di eccellenza
come il Gruppo Boero,
che ha dato colore
al Padiglione Italia**
- [Servizi alle p. 10 e 11](#)

**PROTAGONISTI**

SOSTENIBILITÀ IN BOTTIGLIA

MAURO FRANZONI, presidente di Levico Acque, spiega le scelte del gruppo trentino pioniere dell'economia circolare. «Obiettivo impatto ambientale zero»
- [Perego alle pagine 2 e 3](#)

PRIMO PIANO

**I Superbonus
fanno bene
al Paese green**

Un Paese più green ed
efficiente dal punto
di vista energetico
grazie alla spinta dei
bonus e dell'ultimo
incentivo al 110%
- [Perego alle p. 6 e 7](#)

**L'EVENTO**

**EDISON E LA SCALA,
UNA PRIMA
DI SOSTENIBILITÀ**



**Edison rinnova il proprio
sostegno al Teatro alla
Scala, storia di eccellenza
che prosegue all'insegna
della sostenibilità**
- [Servizio a pag. 5](#)

AGROECONOMY

3.500

Il settore sementiero
italiano seleziona
ogni anno 3.500 varietà
innovative che vengono
iscritte al Catalogo
Comune Europeo
- [Frassoldati a pag. 20](#)

LAVORO

**NELLE CASSE
IL WELFARE
DEL FUTURO**

**Il mercato del lavoro è
profondamente cambiato:
per questo la normativa
di riferimento delle casse
andrebbe aggiornata
per favorire la loro
valorizzazione come
corpi intermedi**
- [Verbaro a pag. 22](#)

Protagonisti Primo piano

IL MERCATO

BEVONO MINERALE NOVE ITALIANI SU DIECI

Il mercato mondiale dell'acqua confezionata è stimato in oltre 387 miliardi di litri, per un

valore al dettaglio pari a 155 miliardi di euro. L'Italia è seconda al mondo per consumi pro-capite (bevono acqua minerale 9 italiani su 10) e terza per export, con una produzione di oltre 13,5 miliardi di litri annui.



MAURO FRANZONI GUIDA IL GRUPPO
PIONIERE DELL'ECONOMIA CIRCOLARE

di **Achille Perego**

LA SCELTA DI LEVICO: «ACQUA SOSTENIBILE NEL VETRO»

DALL'ORIGINE come imprenditori tessili (la Franzoni Filati Group) fino alle acque minerali, i cosmetici e agli alimenti Bio. Un percorso, quello della famiglia Franzoni, nel quale qualche pezzo (come il tessile e NaturaSi) è stato negli anni ceduto, ma che è sempre stato caratterizzato da quella che oggi va di moda chiamare sostenibilità. E che Mauro Franzoni, classe 1959, che insieme con le sorelle Margherita e Marili (nella foto sopra) – tutti impegnati nelle aziende che fanno capo alla holding Emmetre: Levico Acqua, Keminova, Ghiacciopuro – guida il gruppo, preferisce chiamare «responsabilità» dell'imprenditore. Anche e soprattutto quando l'azienda riguarda un bene pubblico, co-

me nel caso della Levico che imbottiglia l'omonima, leggerissima acqua minerale conosciuta, ai pari delle Terme, fin dal 1600. «Noi, come gli altri produttori di acqua in bottiglia – esordisce Franzoni, presidente di Levico Acque – usiamo un bene comune, gli diamo un po' di valore in più e lo facciamo diventare un affare privato. Ma questo bene non è un frutto del nostro lavoro, esiste già. Quindi rispettarlo e avere rispetto per l'ambiente che ci circonda, la comunità dove operiamo e la società in generale, dovrebbe essere per noi e per quelli che fanno il nostro mestiere un atto dovuto».

Anche per questo, fin dal 2005, quando i Franzoni hanno acquistato, attraverso Emmetre, la storica Levico Acque, hanno intrapreso quel percorso di sostenibilità ed economia circolare che l'ha portata ad essere un'azienda pioniera, in Italia e nel Trentino, degli investimenti rispettosi dell'ambiente e delle comunità, fino a diventare nel 2020 una Società Benefit. Investimenti che hanno riguardato in primis la produzione, dalla completa ristrutturazione nel 2012-2013 dello storico stabilimento di Levico fino al recente investimento (2,5 milioni di euro, praticamente quasi la metà del fatturato) realizzato quest'anno per il nuovo impianto di imbottigliamento per ridurre gli sprechi recuperando le acque di lavaggio delle bottiglie – che diventano fonte di riscaldamento in inverno – e ottimizzandone il ciclo.

«Nel 2021, con un investimento che, data la dimensionale aziendale potrebbe essere considerata un po' una pazzia – prosegue Franzoni – abbiamo installato nello stabilimento un nuovo impianto per lavare e igienizzare le bottiglie che tornano in azienda per essere nuovamente e ripetutamente riutilizzate (fino a 30 volte). Il nuovo macchinario fornisce standard di sicurezza elevatissimi e riduce drasticamente sia il consumo di acqua di lavaggio (-70%) che i consumi energetici (-60%). Questo, assieme alla rinnovata linea di produzione dalla quale escono 25mila bottiglie all'ora, ci garantisce di restare ai vertici del settore per efficienza e qualità della produzione».

In questi mesi non ha mai pensato di avere, diciamo così, esagerato?

SGUARDO
OLTRE
LE ALPI

Levico Acque ha raggiunto il traguardo delle 30 milioni di bottiglie vendute quest'anno e conta di arrivare a 45 milioni nei prossimi, rafforzando la presenza in Italia e in mercati dove è già presente come la Germania o vicini come Austria e Svizzera

B CORP DAL 2022

«Il nostro modello di business è il beneficio comune: oggi solo così è possibile per un'impresa incrementare il proprio valore economico»

«No, perché il nuovo impianto lavabottiglie è stato un importante investimento economico, sociale e ambientale che spiega meglio di ogni altra azione cosa significa per noi essere una Società Benefit, cioè un'impresa che ha il beneficio comune come modello di business. Oggi solo così, con il rispetto dell'ambiente e delle relazioni sociali, è possibile per un'azienda incrementare il proprio valore economico. Essere riconosciuti dal 2020 come società Benefit, e stiamo lavorando per diventare anche B Corp dall'anno prossimo, non si tratta di una scelta estemporanea, ma di un impegno di lungo, lunghissimo periodo».

Lei non solo in azienda ma anche sul territorio, con la partecipazione a incontri, seminari, eventi, è diventato un testimonial di questa scelta responsabile?

«Lo faccio con enorme piacere, a partire dai giovani imprenditori che, rispetto ai padri, sono più aperti a questi temi. Il mio obiettivo, forse un po' ambizioso, è che la Provincia di Trento diventi la prima in Italia per numero di Società Benefit presenti».

Ci riuscirà?

«Sì. Se si capisce, come sta avvenendo, che essere una Società Benefit significa prima di tutto avviare un percorso di cambiamento. Il primo beneficio misurabile che la trasformazione consente è una maggior coesione, consapevolezza e condivisione di una identità aziendale, preconditione importante per costruire azioni e progetti ambiziosi e coerenti. Ma non possiamo incidere sui comportamenti se non cambiamo la cultura che li crea. Tutti possono dare il loro contributo».

Lo dà anche un'azienda come Levico che da sempre ha scelto l'acqua nelle bottiglie di vetro. Mai pensato di passare alla plastica?

«Mai, nonostante l'acqua minerale nelle bottiglie di vetro, con il reso, restringe i canali distributivi, che per noi riguardano il 70% il privato, il 10% supermercati e negozi di prossimità e bio e il 20% l'Horeca. E se stiamo pensando a progetti che in futuro possano rendere sostenibile anche per la Gdo l'acqua in bottiglia di vetro con il reso, stiamo avendo risultati economicamente importanti con il traguardo delle 30 milioni di bottiglie vendute quest'anno per arrivare a 45 nei prossimi rafforzando la nostra presenza in Italia e in mercati dove siamo già presenti come la Germania o vicini a noi come Austria e Svizzera».

La pandemia ha spinto gli italiani a preferire la minerale nel vetro?

«Indubbiamente hanno avuto un effetto sia l'aumento dei consumi casalinghi sia la diffusione della cultura della sostenibilità ambientale. Per cui abbiamo investito non solo nel classico reso del vetro, ma anche in quello dei tappi in alluminio e con le nostre etichette manifesto con le quali, di volta in volta, comunichiamo proprio la cultura dell'ecosostenibilità. In più il vetro era e rimane il migliore contenitore in grado di mantenere nel tempo la qualità dell'acqua minerale. Anche e soprattutto quella dell'acqua di Levico».

UNA STORIA
CHE INIZIA
NEL MEDIOEVO

La storia di Levico Acque è fortemente legata a quella del suo territorio, la Valsugana. Le conoscenze sulle proprietà terapeutiche delle acque termali di Vetriolo sono note dal medioevo. Sono menzionate nel 1673 da Michelangelo Mariani nella sua storia del Concilio di Trento, e già dal 1700 diventano oggetto di pubblicazioni scientifiche

I NUMERI

AUMENTANO RICAVI E REDDITIVITÀ

LA STORIA di Levico Acque è fortemente legata a quella del suo territorio, la Valsugana, ricca sia di acqua ferruginosa (usata a scopi curativi nello stabilimento delle Terme), che di purissima e leggera acqua minerale naturale, proveniente da una fonte diversa da quella termale, che è ancora quella che oggi viene imbottigliata come Acqua Levico. Le sorgenti erano conosciute fin dal 1600, la loro valorizzazione commerciale è iniziata nel 1860 mentre il nucleo storico dello stabilimento dove viene imbottigliata l'acqua – ed entrato in funzione nel 1961 – risale al 1900. Il vecchio impianto ha subito una prima ristrutturazione nel 2007 e successivamente, nel 2012-2013, lo storico stabilimento, situato a pochi metri dalla Stazione Ferroviaria di Levico, è stato rinnovato in chiave ecosostenibile con criteri di alta efficienza energetica. L'impatto ambientale si è ridotto notevolmente, grazie all'installazione di un impianto di energia fotovoltaica da 200 Kw che garantisce circa il 50% del fabbisogno energetico della fabbrica mentre il resto viene da fonti rinnovabili. Ed è da qui che ancora escono le bottiglie di Levico Acqua, acquisita nel 2005 dalla holding Emmetre di proprietà della famiglia Franzoni e che nel 2013 ha accorciato il brand in solo acqua Levico perdendo il doppio nome Casara. Dopo essere stata acquisita dalla famiglia Franzoni, Levico ha iniziato un percorso che l'ha portata oggi a essere un esempio riconosciuto di innovazione, sostenibilità e responsabilità aziendale verso un modello di economia circolare e rigenerativa.

Un percorso che non ha inciso sui risultati economici, anzi ha rappresentato un valore aggiunto. Tanto che l'azienda nel 2020 ha fatturato 5,1 milioni di euro e una produzione di 28,7 milioni di bottiglie. Il margine operativo lordo (Mol) è stato di 1,07 milioni in crescita di ben il 59% nel triennio 2018-2020. Anche nei primi nove mesi di quest'anno è proseguito il miglioramento dei dati di bilancio, con un incremento del 7,3% del fatturato (a 4,2 milioni) e dell'11,5% del Mol rispetto allo stesso periodo del 2020. In particolare questo importante indicatore della redditività ordinaria lorda e della liquidità generata dalla gestione corrente, nei primi nove mesi del 2021 ha subito un importante obiettivo variando da 0,908 a 1,015 milioni di euro e attestandosi al 24,64% del valore della produzione rispetto al 21,59% al 31/12/2020.

A. Pe.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



STANDARD DI SICUREZZA ELEVATI

A sinistra lo stabilimento di Levico Terme, inaugurato nel 2013, nel quale da pochi mesi è in funzione un nuovo impianto per lavare e igienizzare le bottiglie che tornano in azienda per essere nuovamente e ripetutamente riutilizzate (fino a 30 volte)

RESPONSABILITÀ IMPRENDITORIALE

LE PARTNERSHIP SUL TERRITORIO

Levico Acque ha avviato una serie di partnership sul territorio trentino per

promuovere il proprio messaggio di responsabilità imprenditoriale. In questo quadro si inseriscono l'accordo del 2016 con Arte Sella – il percorso natura con opere di land art realizzate con elementi naturali a Borgo Valsugana – e

con il Muse, il Museo delle scienze di Trento, del quale Levico è socio fondatore dal 2013, per informare su come il contributo di ognuno sia fondamentale per la costruzione di un'economia circolare e rigenerativa.

ALTA EFFICIENZA ENERGETICA

La rinnovata linea di produzione presente nello storico stabilimento di Levico Terme è in grado di far uscire 25mila bottiglie all'ora e garantisce all'azienda di restare ai vertici del settore per efficienza e qualità della produzione



L'AZIENDA TRENTINA È LA PRIMA "CLIMATE POSITIVE WATER" AL MONDO E COMPENSA LE EMISSIONI DI CO2 CON OPERE DI BONIFICA EFFETTUATE NELLA LAGUNA VENETA

UNA SOCIETÀ BENEFIT AMICA DELL'AMBIENTE «INVESTIAMO SULLA FABBRICA A IMPATTO ZERO»

IL MERCATO delle acque minerali è caratterizzato dalla presenza di grandi gruppi internazionali, che imbottigliano principalmente in plastica, a cui si affiancano realtà di dimensioni più ridotte. In questo contesto Levico Acque (**nella foto sopra, il presidente Mauro Franzoni**) si è differenziata, da sempre, proponendo la propria acqua non nelle bottiglie in plastica (Pet), ma solo in vetro a rendere, di fatto adottando criteri, quelli del riuso e del riciclo, che sono i pilastri della sempre più affermata economia circolare. Questa attenzione all'ambiente e al territorio definisce il «beneficio comune» parte integrante dello scopo aziendale, sancito dall'essersi trasformata nel 2020 in Società Benefit, la forma giuridica introdotta dalla legge 208 del dicembre 2015 che, pur prendendo spunto dall'esperienza americana delle Benefit Corporation e delle B-Corp, delinea le caratteristiche di questo tipo di società all'interno dell'ordinamento civilistico italiano.

Mentre le società tradizionali esistono con l'unico scopo di distribuire profitto agli azionisti, le «benefit» sono espressione di un paradigma più evoluto: integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e la biosfera. Per arrivare al traguardo della società Benefit, e dall'anno

L'INDICATORE GREEN

Levico Acque misura l'impatto ambientale globale del prodotto-bottiglia in tutto il suo ciclo di vita con l'indice Lca, che considera anche le polveri sottili

prossimo di B Corp, il cammino di Levico Acque è iniziato nel 2005 con il passaggio della proprietà alla famiglia Franzoni. Un cammino che ha visto il forte investimento, per rendere ecosostenibile lo storico impianto di Levico, nel 2012 e nel 2013. Anno nel quale, proprio in occasione dell'inaugurazione dello stabilimento, è stato presentato il primo manifesto valoriale che già evidenziava i valori economico, ambientale e sociale come i tre aspetti della sostenibilità. In contemporanea è stata presentata anche la nuova etichetta dell'acqua Levico con lo slogan «Sostenibile leggerezza».

Nel 2014 l'azienda è diventata la prima azienda del suo settore con uno stabilimento a impatto zero sull'ambiente e ha ottenuto la certificazione «BNeutral», perché le emissioni di CO2 dell'impianto di Levico Terme sono state compensate con la sponsorizzazione delle opere di bonifica (raccolta delle alghe) effettuate nella Laguna veneta dal progetto di pesca sostenibile Blue Valley. Levico Acque ha deciso successivamente di misurare l'impatto ambientale globale del «prodotto-bottiglia» in tutto il suo ciclo di vita non solo in termini di emissioni di CO2, ma anche di polveri sottili, consumo d'acqua eccetera con l'indice Lca (Life Cycle Assessment). E dopo un primo processo di razionalizzazione «possibile» delle emissioni, tutte quelle che non hanno potuto essere ulteriormente abbattute sono state compensate da Levico Acque finanziando iniziative di riforestazione e di cura dei boschi. Nel 2019 l'azienda trentina ha così ottenuto la certificazione Epd (Environmental Product Declaration) ed è diventata la prima «Climate positive water» al mondo.

Achille Perego

© RIPRODUZIONE RISERVATA