

Argomento: **LEVICO ACQUE**<https://pdf.extrapola.com/bcomV/1137066.pdf>EAV: € 16.810
Lettori: 461.454

Il Sole 24 Ore Martedì 18 Gennaio 2022 - N.17

17

Imprese & Territori**Il Salone del Mobile di Milano slitta a giugno****Arredo-Design**

Una scelta inevitabile, per garantire presenza internazionale e sicurezza

Porro: «Data favorevole per le aziende e condivisa con Fiera e istituzioni»

Giovanna Mancini

«Siamo un gigante che si sposta: dobbiamo farlo con grande equilibrio e con senso di responsabilità per tutti gli attori coinvolti. Siamo certi che giugno è la soluzione migliore», Maria Porro, imprenditrice e presidente del Salone del Mobile di Milano, appena uscita dalla riunione del cda di Fedeleigno Arredo Eventi (organizzatore della kermesse) che, in accordo con Fiera Milano, ha deciso lo spostamento a giugno della più grande manifestazione fieristica italiana. La sessima edizione del Salone si terrà dunque dal 7 al 12 giugno anziché dal 5 al 10 aprile. Confermato il format "tradizionale" (con lebiennali Eurocucina e Salone del Bagno) e gli eventi culturali annunciati a dicembre.

Uno slittamento inevitabile, vista l'impennata dei contagi causata dalla variante Omicron, che avrebbe messo a rischio la buona riuscita della fiera, soprattutto per quanto riguarda la partecipazione di espositori e visitatori esteri, e che del resto ha già provocato la revisione del calendario fieristico italiano, con il rinvio in primavera di quasi tutte le principali manifestazioni previste nei primi mesi dell'anno. Il Salone non è una fiera qualsiasi: è una macchina da guerra che muove migliaia di espositori e centinaia di migliaia di visitatori, senza contare l'indotto sul territorio. La sua preparazione richiede mesi di tempo e investimenti elevati alle aziende che vi prendono parte. Dopo la cancellazione dell'appuntamento nel 2020 e l'edizione speciale dello scorso settembre (ruscia, ma certo non paragonabile per numeri alle edizioni "standard"), quest'anno non si può sbagliare.

«Abbiamo cercato di anticipare i tempi e offrire una soluzione che mettesse sicurezza nella manifestazione e in termini di visitatori ed espositori - spiega Maria Porro -». Già da prima di Natale, visto l'andamento della pandemia, avevano iniziato a lavorare con Fiera Milano e le istituzioni per preparare diversi scenar-

ri. Ora abbiamo deciso di accelerare i tempi e di dare la comunicazione il prima possibile a tutti gli attori coinvolti. Che, nel caso del Salone, sono davvero tanti. Prima della pandemia la manifestazione contava circa 2.300 espositori (un terzo dall'estero) e 600 mila visitatori (per due terzi stranieri) e includeva sul territorio con un impatto economico che la Camera di commercio stima attorno ai 230 milioni di euro, tra eventi del Fuorisalone, ospitalità, ristorazione, trasporti e attività commerciali.

Giugno è stato ritenuto il mese più adatto anche e soprattutto per le aziende del settore, che hanno la necessità di presentare le nuove collezioni nella prima parte dell'anno. «Inoltre, abbiamo guardato con attenzione anche al calendario internazionale», precisa Maria Porro. Soprattutto ai competitor francesi e tedeschi, con Parigi che ha speso un milione di euro a gennaio e marzo e Colonia e Francoforte che hanno annullato le loro fiere di settore.

Ora si tratterà di capire se tutti gli espositori che avevano già aderito all'edizione di aprile (sostanzialmente sold out) confermeranno la partecipazione in giugno, ma gli organizzatori sono fiduciosi: «C'è voglia di Salone», dice Porro. «Prima di fare questa scelta, abbiamo fatto le nostre verifiche», aggiunge il presidente di Fedeleigno Arredo Claudio Feltrin. «Sono convinto che il rinvio a giugno favorirà le imprese. Confermare aprile sarebbe stato un rischio. L'ipotesi di settembre, come lo scorso anno, è stata scartata per una questione di stagionalità commerciale e di troppa vicinanza con l'edizione 2023. «Giugno è l'ideale», dice Feltrin. «Già, ma anche più tempo per le aziende rimaste un po' indietro nel lancio di nuovi prodotti, dopo il Superalone di settembre, e forse beneficeremo anche di un allentamento della tensione sul fronte delle materie prime».

L'amministratore delegato di Fiera Milano, Luca Palermo, mette l'accento sul tema della sicurezza, su cui il gruppo fieristico ha investito molto in questi due anni, e ricorda che «l'edizione dello scorso settembre ha sancito la ripartenza del sistema fieristico». Quella di giugno, aggiunge, «deve essere la conferma della rinascita del Paese». Pronta a fare la sua parte anche Fondazione Fiera Milano, principale azionista della Fiera, «nella preparazione di un evento tra i più importanti nel mondo, che proietterà ancora una volta Milano e l'Italia fra le eccellenze del settore a livello internazionale», dice Enrico Pazzali, presidente della Fondazione.



Il format. Dopo l'edizione speciale del settembre scorso (foto), il Salone torna al suo format tradizionale, con gli stand e le manifestazioni settoriali



Investimenti green. In Piemonte il gruppo Coca Cola Hbc Italia ha messo in cantiere interventi all'avanguardia

Bottiglie in plastica riciclata, Coca Cola rilancia il sito di Biella**Economia circolare**

Piano di investimenti da 30 milioni, 40 gli addetti Chiorini: «Aiuti alla ricerca»

Florianna Greco TORINO

Una riapertura e contestualmente una riconversione della fabbrica Coca Cola di Gaglianico, in provincia di Biella. La conferma ufficiale arriva attraverso un comunicato della multinazionale che annuncia un investimento da 30 milioni in capo a Coca Cola Hbc Italia, principale imbottigliatore dei prodotti a marchio Coca Cola, puntando sulla sostenibilità. Nella fabbrica piemontese del Gruppo, presente nella regione dopo l'acquisizione del brand Larissia, anche con lo stabilimento di Roccaforte di Mondovì, in provincia di Cuneo, lavoreranno 40 addetti. Nel biellese sarà

AEFI SUI VACCINATI «NON EMA»
Aefi, l'associazione delle fiere guidata da Maurizio Danese (foto) chiede di togliere restrizioni per operatori esteri con vaccini non riconosciuti da EMA



ASPI, PREMIA SEI PROGETTI
Autostrade per l'Italia (nella foto il CEO Roberto Tomasi) ha individuato sei progetti per la sostenibilità e la sicurezza, assegnando 35 mila euro a ciascuno

Danieli, seconda commessa in Russia**Siderurgia verde**

Fornite le tecnologie per 4 forni da riscaldato a Magnitogorsk Mmk

Matteo Meneghello

Seconda, rilevante, commessa green in Russia nel giro di pochi giorni per il gruppo Danieli, che conferma una buona impostazione nella pipeline di acquisizioni ordinarie per l'esercizio in corso rafforzando il proprio ruolo nella fornitura di tecnologie destinate a governare la transizione verso la decarbonizzazione sul mercato siderurgico mondiale.

Il gruppo friulano ha firmato ieri con il gruppo Magnitogorsk Iron&Steel works (MMK) un ordine da circa 120 milioni di euro per la fornitura di tecnologie per l'installazione di quattro nuovi forni di riscaldamento. Il primo impianto sarà avviato nel 2023, il quarto nel 2026. Verranno installati bruciatori di nuova generazione che permetteranno una significativa riduzione del consumo di anossigeno.

Questa commessa segue l'accordo con Balakovo, ufficializzato martedì scorso, legato alla fornitura di un miniimpianto completo di ultima generazione per acciaio «ultra-

L'ordine vale circa 120 milioni di euro. Il primo impianto verrà avviato entro il 2023

de», con un progetto del valore di circa 250 milioni di euro. Si tratta, nei dettagli, di un'innovativa acciaieria con colata continua da 1,46 milioni di tonnellate all'anno per la produzione di billette, laminati, minibruciatori e pezzi per profili. A questa si affianca un burnout a basse emissioni per rotale e profilati di medie e grandi dimensioni da un milione di tonnellate all'anno. Il forno di riscaldamento, in particolare, è stato sviluppato sulla base di una concezione orientata al futuro, già progettato per funzionare con un mix di gas naturale e idrogeno.

Russia a parte, a dicembre il gruppo aveva invece siglato un ordine da 200 milioni di dollari con la canadese Algoma steel, per sostituire gli altiforni con due forni elettrici da 200 mila tonnellate con tecnologia proprietaria Digimelter, alimentabile anche con rinnovabili; si tratta di una delle prime iniziative nel mondo in grado di realizzare la transizione in una sola fase.

«L'acquisizione ordini dell'esercizio 2022-23 - ha commentato la società - si mantiene in linea con i budget prefissati». Gli ultimi progetti, in particolare, confermano la leadership per impianti green a basse emissioni per modernizzare l'industria siderurgica, con un'importante riduzione delle emissioni CO2 medie per tonnellata prodotta d'acciaio».

Tornando a MMK, Danieli lo scorso novembre aveva firmato, proprio con il gruppo russo, un Memorandum of Intesa (Moi) quinquennale che documenta l'intenzione delle aziende di collaborare all'utilizzo di tecnologie di decarbonizzazione per ridurre e potenzialmente eliminare le emissioni di CO2. Il Moi rileva che «le parti sono interessate a identificare potenziali tecnologie, condurre ricerche e introdurre tecnologie di decarbonizzazione presso MMK, che aumenteranno le prestazioni economiche e miglioreranno la situazione ambientale grazie all'assenza o alla riduzione delle emissioni».

realizzato un innovativo impianto per riciclare fino a 50 mila tonnellate di Pet all'anno destinato a essere utilizzato nella produzione di nuove bottiglie in Pet riciclato al 100% per l'imbottigliamento delle bevande. Nella prima fase, al completamento dei lavori per la fine di marzo, lo stabilimento avvierà il processo di trasformazione della resina - sia di Pet vergine sia riciclato (rPet) - in preforme che poi diventeranno bottiglie dopo la soffiatura; una seconda fase operativa dopo l'approvazione dell'European Food Safety Agency (Efsa) prevista per luglio, prevede il raggiungimento della piena operatività realizzando internamente la resina di Pet, destinata a diventare l'unica utilizzata all'interno della fabbrica.

Si tratta, chiarisce l'azienda in una nota, «del più importante investimento in sostenibilità nella storia del Gruppo». Un'azione concreta per rispondere alle richieste della Direttiva europea sulla Plastica monouso entrata in vigore in Italia il 1° gennaio scorso. Prevede l'uso di almeno il 30% di Pet riciclato nella produzione di

nuove bottiglie entro il 2030. «Con largo anticipo, quindi, il sito di Gaglianico permetterà di superare questo obiettivo» si legge nella nota. Il sito si estenderà su una superficie di 18 mila metri quadri alimentata ad investire sia per andare verso una reale economia circolare nel Paese sia per contribuire allo sviluppo socio-economico di una regione alla quale siamo particolarmente legati», ha sottolineato Frank O'Donnell, general manager di Coca-Cola Hbc Italia. Grande soddisfazione hanno espresso il presidente della Regione, Alberto Cirio, e l'assessore al Lavoro Elena Chiorini. «Siamo capofila nella lotta alla tassazione su zucchero e plastica - dichiarano - Sosteniamo l'ecologia, ma vogliamo tutelare quelle imprese che portano in Piemonte ricerca, innovazione e tecnologia a tutela dell'ambiente».

Acqua Levico impresa laboratorio della filiera produttiva green**Ambiente**

Franzoni: «Strategico il rispetto del territorio e dei valori della comunità»

Barbara Ganz

In piena epidemia, anche sull'onda delle aumentate domande di consegna a domicilio, Acqua Levico ha deciso di andare controcorrente e investire. «Abbiamo scommesso sul fatto che alcune modifiche di abitudini non sarebbero state passeggerie, e abbiamo puntato ancora di più sui nostri valori. I fatti ci hanno dato ragione», spiega il presidente, Mauro Franzoni.

Levico Acque è una storica impresa trentina produttrice di acqua minerale e bibite rigorosamente in bottiglia di vetro: nel 2019, dopo essere stata acquisita dalla famiglia Franzoni,

ha iniziato un percorso di innovazione, sostenibilità e responsabilità aziendale verso un modello di economia circolare e rigenerativa. La sede è a Levico Terme (Trento), la distribuzione arriva in tutto il Nord Italia e si spinge fino alla Baviera; nel 2020 ha fatturato 5,1 milioni con 30 dipendenti e una produzione di 28,7 milioni di bottiglie. Il margine operativo lordo (Mol) è stato di 1,7 milioni, in crescita del 59% nel triennio 2018-2020. Anche nei primi nove mesi del 2021 è proseguito il miglioramento dei dati di bilancio, con un incremento del 73% del fatturato.

«Noi, come gli altri produttori di acqua in bottiglia, usiamo un bene comune, gli diamo un po' di valore in più e lo facciamo diventare un affare privato», sottolinea Franzoni. «Ma questo bene non è un frutto del nostro lavoro, rispettarlo e averne rispetto per l'ambiente, la comunità dove operiamo e la società in generale, dovrebbe essere per quelli che fanno il nostro mestiere un atto dovuto».

L'azienda ha un forte legame con il territorio: è fra i soci fondatori del Museo delle Scienze di Trento e tra i principali sponsor della nuova Galleria della Sostenibilità, inaugurata dal Museo lo scorso ottobre.

Dal 2020 Acqua Levico è anche una azienda benefit. Nel 2014 l'azienda è diventata la prima del settore con uno stabilimento a impatto zero. Successivamente si è scelto 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, di consumo d'acqua e altro in ogni passaggio - dalla fonte del vetro alla produzione del tappo e dell'etichetta, dal packaging al trasporto - e tutte quelle che non hanno potuto essere ulteriormente abbattute sono state compensate da Levico Acque in modo da togliere dall'ambiente l'equivalente del 110% delle emissioni complessive, quindi con un impatto positivo sul clima.

SOSTENIBILITÀ

Da Ibg minibond per 7 milioni con il sostegno di UniCredit

Ibg SpA, azienda che produce e distribuisce nel Sud d'Italia Pepsi Cola e Chinoetto Neri, emetterà minibond per 7 milioni. Scopo dell'operazione è sostenere gli investimenti previsti dal Piano Industriale 2021-2025, basato su strategie di efficientamento produttivo e tecnologico per perseguire lo sviluppo del business anche in ottica sostenibile. L'operazione è sostenuta da Uni-

Credit che ha sottoscritto i minibond, a tasso variabile e di durata pari a 7 anni. Con questa operazione, Ibg SpA, grazie al supporto di Natixis in qualità di sustainability advisor, si è data obiettivi in chiave Esg significativi e ambiziosi. Prima di tutto in ambito ambientale: saranno realizzati investimenti per migliorare il packaging primario, incrementando nei prossimi tre anni la percentuale di plastica

riciclata nelle bottiglie prodotte all'interno dell'azienda fino al 30%, in ambito sociale, poi, si punta alla certificazione di un sistema di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro conforme alla norma Iso 45001. Infine nell'ambito della governance, Ibg si è data obiettivi legati all'evoluzione dell'azienda in una società benefit.

Vera Viola

BROUCCOLONE BARRERA

Acqua Levico impresa laboratorio della filiera produttiva green

Barbara Ganz

In piena epidemia, anche sull' onda delle aumentata domanda di consegne a domicilio, Acqua Levico ha deciso di andare controcorrente e investire: «Abbiamo scommesso sul fatto che alcune modifiche di abitudini non sarebbero state passeggero, e abbiamo puntato ancora di più sui nostri valori. I fatti ci hanno dato ragione», spiega il presidente, **Mauro Franzoni**. **Levico Acque** è una storica impresa trentina produttrice di acqua minerale e bibite rigorosamente in bottiglia di vetro; nel 2005, dopo essere stata acquisita dalla famiglia Franzoni, ha iniziato un percorso di innovazione, sostenibilità e responsabilità aziendale verso un modello di economia circolare e rigenerativa. La sede è a Levico Terme (Trento), la distribuzione arriva in tutto il Nord Italia e si spinge fino alla Baviera; nel 2020 ha fatturato 5,1 milioni con 30 dipendenti e una produzione di 28,7 milioni di bottiglie, il margine operativo lordo (Mol) è stato di 1,07 milioni, in crescita del 59% nel triennio 2018-2020. Anche nei primi nove mesi del 2021 è proseguito il miglioramento dei dati di bilancio, con un incremento del 7,3% del fatturato. «Noi, come gli altri produttori di acqua in bottiglia, usiamo un bene comune, gli diamo un po' di valore in più

e lo facciamo diventare un affare privato - sottolinea Franzoni -. Ma questo bene non è un frutto del nostro lavoro, rispettarlo e avere rispetto per l' ambiente, la comunità dove operiamo e la società in generale, dovrebbe essere per quelli che fanno il nostro mestiere un atto dovuto». L' azienda ha un forte legame con il territorio: è fra i soci fondatori del Museo delle Scienze di Trento e tra i principali sponsor della nuova Galleria della Sostenibilità, inaugurata dal Muse lo scorso ottobre. Dal 2020 Acqua Levico è anche una azienda benefit. Nel 2014 l' azienda è diventata la prima del settore con uno stabilimento a impatto zero. Successivamente si è scelto 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, di consumo d' acqua e altro in ogni passaggio - dalla fusione del vetro alla produzione del tappo e dell' etichetta, dal packaging al trasporto - e tutte quelle che non hanno potuto essere ulteriormente abbattute sono state compensate da **Levico Acque** in modo da togliere dall' ambiente l' equivalente del 110% delle emissioni complessive, quindi con un impatto positivo sul clima. © RIPRODUZIONE RISERVATA.