

“ Le bollicine non tramontano: un po' un'abitudine, un po' l'idea che l'acqua in bottiglia curi, faccia bene, metta allegria

Primi in Europa, terzi nel mondo. Bevono più di noi solo negli Emirati Arabi (260 litri l'anno) e in Messico (205)

2,25

È il volume di affari in miliardi di euro guadagnati dalle aziende del settore in Italia: una cifra da capogiro

0,5

I millesimi di euro di un litro di acqua dal rubinetto



Da bene comune a merce avanza la privatizzazione

ROBERTO ROSSI

ROMA
rrossi@unita.it

Un bene comune o merce da sfruttare? Visto che il soggetto sottinteso è l'acqua, la domanda non sarebbe nemmeno da porsi. Eppure oggi non è così. Non in Italia, non nel mondo. Investire nell'acqua per far soldi è l'ultima frontiera del business. Sotto il falso mito dell'efficienza del privato, in molti paesi si sta affermando il concetto di privatizzazione.

In Italia non siamo più alla teoria. Con la legge 133 dello scorso agosto, a firma di Giulio Tremonti, si è passati alla pratica. L'articolo 23 bis, infatti, ha classificato l'acqua come un bene a rilevanza economica espropriando di fatto la loro gestione ai comuni che saranno costretti alla messa a gara di tutti i servizi pubblici acqua compresa.

Contro questa decisione sono stati opposti, da parte di alcune regioni, ricorsi di costituzionalità. In Lombardia, invece, dopo la ribellione di 144 comuni, nel gennaio scorso il consiglio regionale

ha approvato all'unanimità una risoluzione che di fatto ha messo in cantina la legge regionale 18 del 2006 con la quale si imponeva necessariamente la gara per la gestione dell'acqua (una sorta di antipasto della legge Tremonti).

Anche in Parlamento qualcosa si sta muovendo. Il 22 Gennaio 2009 è iniziato formalmente l'iter parlamentare di una legge popolare promossa dal Movimento per l'Acqua pubblica e che nel giro di qualche mese ha raccolto oltre 400mila firme. Il relatore della proposta di legge sarà il parlamentare dell'Idv Domenico Scilipoti.

La Tremonti

La legge 133 dello scorso agosto espropria la gestione ai Comuni per affidarla ai privati

Anche nel resto del mondo c'è fermento. In questi giorni a Istanbul si sta discutendo proprio di questo. In due forum paralleli. Quello ufficiale - il quinto Forum internazionale promosso dal Consiglio Mondiale dell'Acqua e che raccoglie circa 30 mila congressisti tra istituzioni e privati - e quello «alternativo» messo in piedi da Ong e associazioni ambientaliste. Sullo sfondo l'incognita iniziale. Bene comune o merce da sfruttare? ❖

Intervista a

Tundo della San Benedetto

«È un consumo consapevole non un optional»

MASSIMO FRANCHI

ROMA
mfranchi@unita.it

Alzi la mano chi si fida dell'acqua del proprio acquedotto. Alzi la mano chi non compra acqua minerale. In questo settore le aziende italiane sono tra le prime al mondo. Basti pensare che ai festeggiamenti alla Casa Bianca per l'elezione di Obama in tavola c'era la San Benedetto. Numeri da grande azienda: 14 milioni di bottiglie prodotte al giorno, 837 milioni di euro di fatturato nel 2008, quota di mercato al 12,9 per cento, è il secondo leader del mercato, la prima azienda del settore a capitale italiano.

Vincenzo Tundo da un anno è il responsabile marketing dell'azienda di Scorzè (Venezia).

Dottor Tundo, i dati ci dicono che gli italiani, anche in tempi di crisi, non rinunciano alla loro acqua minerale. Si è dato una spiegazione?

«Al di là della contrazione generale dovuta alla crisi, è vero che stiamo reggendo bene. Il perché è molto semplice: in Italia siamo ricchi di risorse e fonti d'acqua inoltre è un errore paragonare l'acqua minerale a quella potabile. La minerale a differenza della potabile deve rispettare parametri di legge, essere imbottigliata alla sorgente, risultare batteriologicamente pura, avere caratteristiche chimiche costanti e le proprietà salutari devono essere certificate, cosa che non sempre gli acquedotti garantiscono».

Mi sta dicendo che in qualche modo sfruttate le carenze dei nostri acquedotti?

«Affatto. A noi eventuali problemi degli acquedotti non interessa. Quello che ci interessa è garantire al consumatore un prodotto di qualità e con determinate caratteristiche, e così accade».

Non pensa che l'acqua minerale in Italia non è quasi uno sfizio? Uno status symbol?

«Non è così. Noi italiani abbiamo una attenzione tale in fatto di alimentazione che preferiamo bere qualcosa che ci garantisca dal punto di vista nutrizionale. Il preferire l'acqua minerale è una scelta culturale. Il consumo è così ampio, copre così tanta parte della popolazione che non si può parlare di status symbol: la nostra acqua la comprano tutti gli strati sociali».

Quindi risparmiare sull'acqua minerale non ha senso?

«Acqua potabile e minerale sono due prodotti diversi e la scelta su quale acqua bere spetta ai consumatori». ❖