Acqua: è tempo di rivoluzione

water-3853492-640-2300f45d

Di lusso, per sport, aromatizzata o classica. Da anni il comparto dell’acqua imbottigliata ha aperto alla creatività, alle più svariate combinazioni e alle infinite possibilità. Dall’acqua nasce tutta una serie di ramificazioni che vanno a sviluppare un settore sempre più rigoglioso e, nello stesso tempo competitivo, sfrenato. Il limite è solo la fantasia. Mentre Nestlé ha confermato che potrebbe dismettere il business delle acque minerali in Cina (che comprende marchi come Acqua Panna, S.Pellegrino e Perrier) e dire addio alla canadese Pure Life, San Pellegrino Italia si libera di Acqua Vera perché concentrata sullo sviluppo dei brand premium e, mentre Danone acquisirà una quota di maggioranza di Harrogate Water Brands Ltd, si registrano gli scossoni del mercato con il gruppo di retail Whole Foods che negli Stati Uniti è nel panico totale per via della sua Starkey Spring Water in cui sono stati rilevati livelli potenzialmente dannosi di arsenico. Il mercato è in subbuglio a livello globale. Costantemente. Come dire: problemi in acque internazionali. Non solo: con l’aspetto ecologico da prendere sempre più in considerazione, la guerra ormai è tra acqua imbottigliata e borracce sempre più hi-tech.

CI SI METTE ANCHE HOLLYWOOD



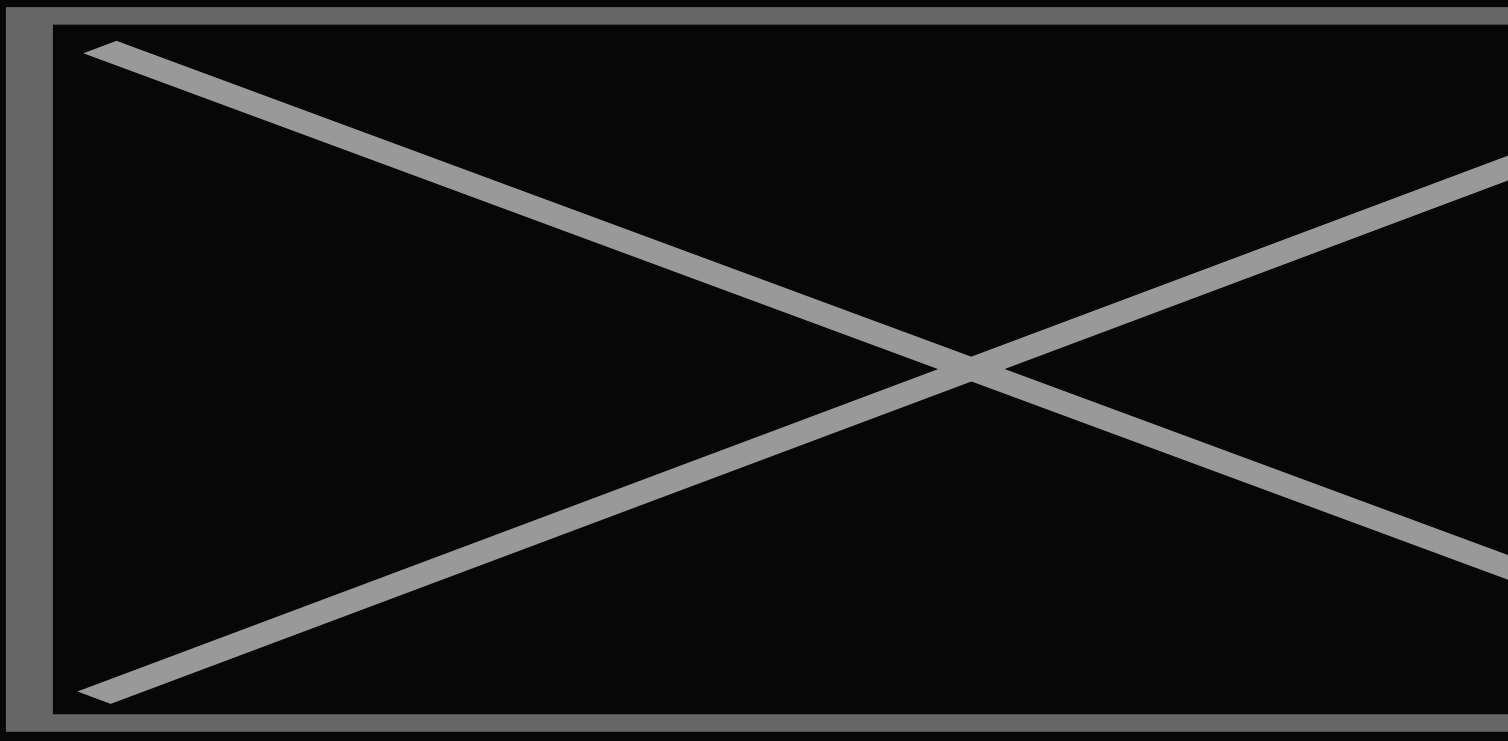
Si parla di sicurezza e di qualità mentre si vedono galleggiare nei mari isole artificiali create da miliardi di bottiglie di plastica monouso. Così, bottiglie d’acqua gassata, aromatizzata o funzionale vogliono essere messe al bando da gruppi di attivisti ed ecologisti mentre la sensibilizzazione porta a dare un volto e una responsabilità a chi ci mette il nome in fatto di campagne promozionali. È il caso del figlio dell’attore Will Smith, Jaden, un personaggio poliedrico che da tempo, spalleggiato dal famoso padre, sta mostrando un forte interesse per le tematiche ambientali. Una

presa di coscienza sfociata anche nella creazione di Just Water, un nuovo brand impegnato nella produzione e nella commercializzazione di acqua eco-friendly dall'approccio rivoluzionario se si valuta la materia prima e poi il packaging sostenibile (54% carta, 32% plastica di origine vegetale, 4% alluminio e 3% di micro-film plastico privo di Bisfenolo A). Una risposta alle acque microfiltrate? All'estero si parla da tempo di acqua del rubinetto al ristorante? Metropoli come Parigi e New York si stanno organizzando, nuovi brand indipendenti nascono e i duelli con le holding si inaspriscono a suon di acqu… isizioni.

FORMAT E LOCALI IN CERCA DI RILANCIO

Si parla da mesi di possibilità di rivedere la propria attività ristorativa e quella di Casa del Agua è un'idea che potrebbe fare al caso di molti. Nato in Messico nel 2012, il locale, ora in pieno restyling, vende esclusivamente acqua, di tipi diversi. L'idea alla base del progetto è quella di offrire acqua piovana raccolta, filtrata, purificata e resa potabile e vendibile restando in linea con la filosofia per il rispetto della natura. Questo mentre il Water Bar di Minneapolis, negli Stati Uniti, presenta sulla sua carta acque il meglio offerto dal mondo e mentre la sommelier dell'acqua (in gergo chiamata idrosommelier) Irina Taculina, presso il Grand Hotel Quellenhof & Spa Suites di Bad Ragaz, in Svizzera, presenta il valore aggiunto della sua Spa rigenerativa. Non siamo comunque ai livelli del guru delle acque, l'idrosommelier Martin Riese, davanti al quale chiunque ammutolisce.

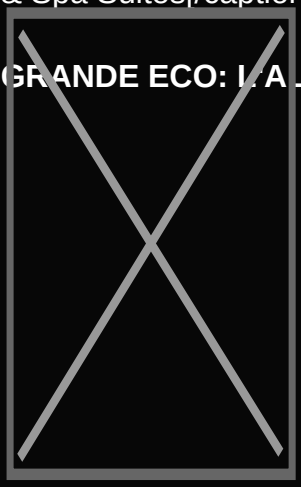
[caption id="attachment_178706" align="aligncenter" width="1003"]



da sinistra: il guru delle acque Martin Riese; Irina Taculina, idrosommelier del Grand Hotel Quellenhof

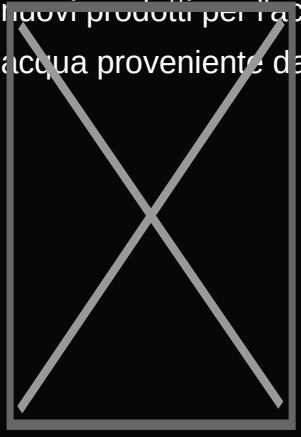
& Spa Suites[/caption]

GRANDE ECO: L'ALLUMINIO E' LA NUOVA PLASTICA



X-Lite Still è acqua naturale non pressurizzata in PET da 500 ml e arriva dagli

esperti di Sidel. Il design e i suoi materiali portano il peso a un'estrema leggerezza, convenienza e sostenibilità. **Evian**, dopo il colpaccio di Chiara Ferragni come testimonial e Virgil Abloh come designer, presenta una bottiglia senza etichetta realizzata in plastica riciclata che abbraccia l'economia circolare: un flacone da 400 ml a sua volta riciclabile che viene realizzato in politetilene tereftalato (rPET) riciclato e presenta un logo in rilievo anziché un'etichetta. Il tappo rosa è realizzato in polietilene vergine ad alta densità (HDPE) e polipropilene orientato (OPP), che secondo il brand francese può essere interamente riutilizzato. Borrisoleigh Bottling Limited ha lanciato sul mercato due nuovi prodotti per l'acqua inscatolati e sensibili all'ambiente con il marchio Global Hydrate, utilizzando acqua proveniente dalla rinomata fonte Tipperary e imbottigliata in loco nel piccolo villaggio di



Borrisoleigh. Punta alle bottiglie di alluminio nel mercato dell’acqua in bottiglia

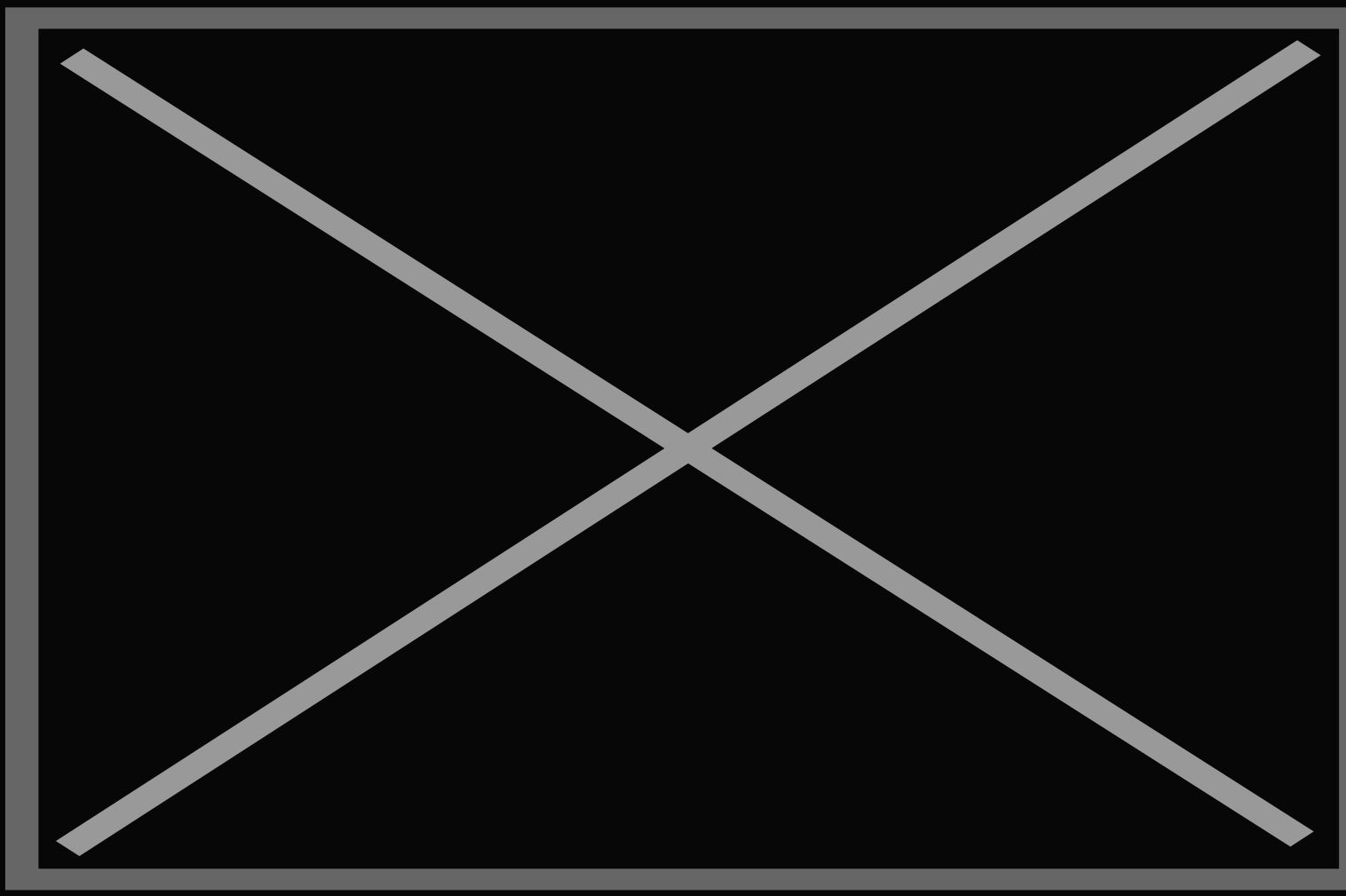
Emerald Coast Ultra Pure Water e così fa **Cannaki**: stessa strada per la sua acqua potabile di qualità superiore proveniente da una fonte artesiana naturale delle Alpi austriache. L’azienda Open Water di Chicago, che ha raggiunto emissioni di carbonio nette pari a zero per la sua produzione, è orgogliosa della sua certificazione Climate Neutral. “È il nostro contributo al pianeta”, dice Jess Page, Chief Brand Officer del marchio americano. Intanto, PepsiCo sta pianificando di sostituire le sue bottiglie di

plastica di Aquafina con lattine di alluminio in tutte le località degli Stati Uniti.

LUSSO SFRENATO PER UN NUOVO BUSINESS

Le acque in bottiglia più costose stanno invadendo il mondo grazie alla loro esclusività fatta di concept, design e materia prima. L'acqua più cara in assoluto si chiama Beverly Hills  9OH20 Luxy Collection Diamond Edition e costa più di 80 mila euro (100mila dollari al litro) per via del gioielliere Mario Padilla che ha incastonato ben 250 diamanti neri e 600 diamanti bianchi su una bottiglia con base di oro bianco 14 carati. L'**Acqua di Cristallo Tributo a Modigliani** (72mila dollari per una 0,75), mix di sorgenti naturali di Fiji e Francia, in bottiglia d'oro 24 carati progettata da Fernando Altamirano, spazza via la concorrenza di etichette come Fillico (219 dollari, 750 ml), Bling H2O (65 dollari, 750 ml) e Nevas  Cuvée, la prima acqua premium di origine tedesca che celebra la sua texture perlacea proprio come uno champagne, con una bottiglia chiusa da un tappo di sughero e un design straordinario, che trasforma ogni tavolo in un banchetto festivo. Costa "solo" 38,50 euro, nulla a confronto del rialzo della norvegese Svalbardi (89,50 euro) o le spagnole Solan De Cabras (68,50 euro) o la Mondariz (58 euro). Riccanza, dicono i giovani. Luxury, dicono gli esperti che stanno coinvolgendo anche stellati chef del giro: ultimo, **Bruno Barbieri con la sua Memory's Water**.

[caption id="attachment_178711" align="aligncenter" width="799"]



da sinistra: Beverly Hills 9OH20 Luxy Collection Diamond Edition, Nevas Cuvée, Solan De Cabras e Svalbardi[/caption]

LARGO AGLI ECCENTRICI DI CONTENITORI E CONTENUTI



Il design delle bottiglie e dell’imballaggio delle stesse è il nuovo segno distintivo. I brand stanno provando tutti i trucchi possibili per aggraziarsi le preferenze dei consumatori. Layout grafici, richiami, ispirazioni sono metodi per sgomitare nel settore. A colpi di stile, ci sono Jeju e Matara, che

fanno davvero un figurone sulla tavola, quasi a trasformare in gourmet i piatti che confinano a pochi centimetri. Tra stranezze e bizzarrie, la tendenza può essere l’acqua grassa, purificata e arricchita con grasso di noci di cocco. Il nome è sarcastico perché, si sa, se c’è una cosa che non fa ingrassare è proprio l’acqua. Dal Giappone, a base di acqua, arriva il **Calpis**, che ha un leggero retrogusto di latte e un leggero sapore acido, simile all’ayran turco ma molto più annacquato. Attenzione all’acqua

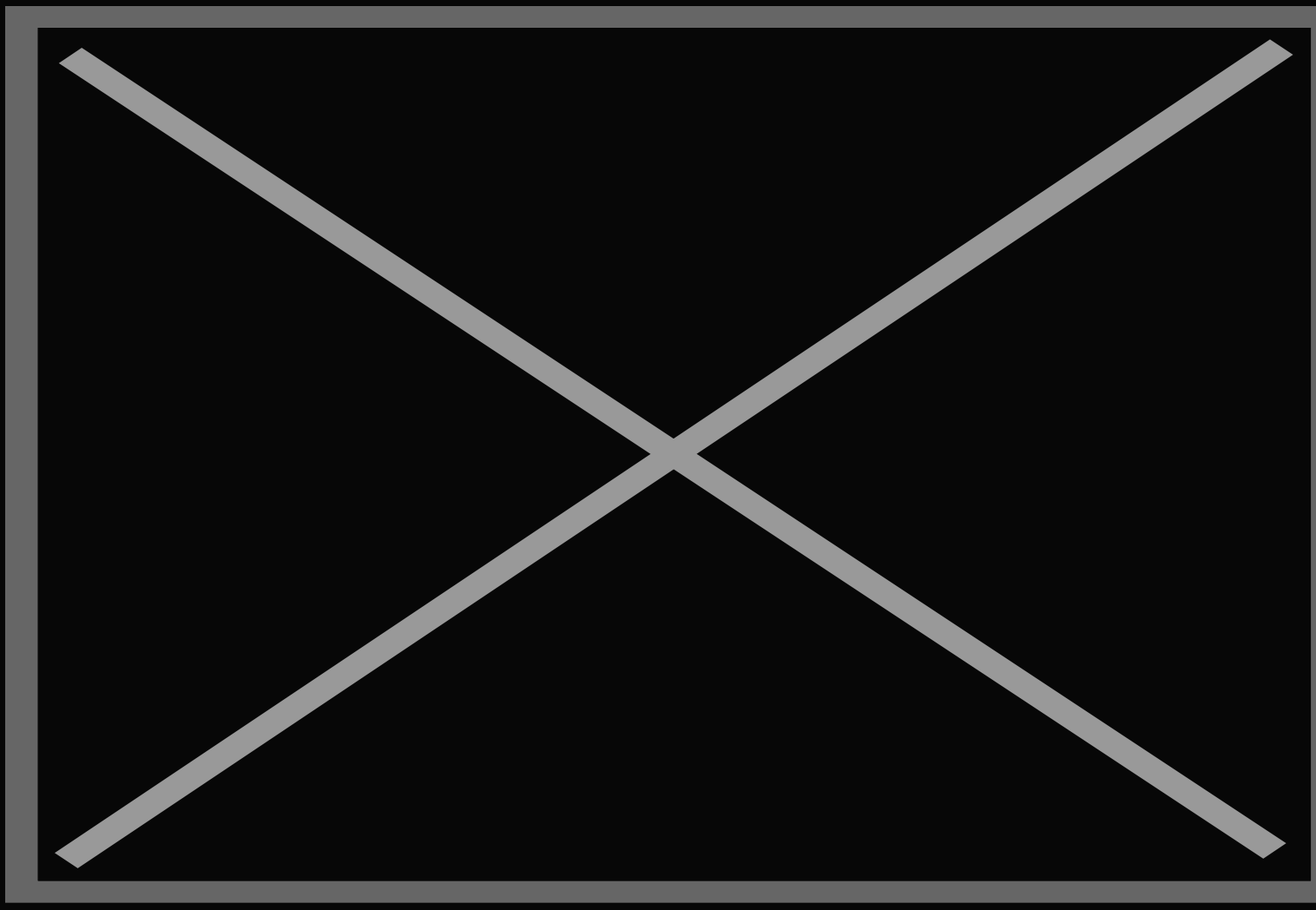


di asparagi, trend proposto da Whole Foods. Morgaine Gaye, futurologo del cibo, spiega: “Le acque che avanzano dalla cottura delle verdure hanno proprietà incredibili”. E non solo ortaggi: l’acqua ai wurstel, creata col brand **Hot Dog Water**, non è altro che una bottiglia conte



nente una salsiccia di maiale. Il fondatore del progetto, Douglas Bevans, e il suo team, le hanno attribuito proprietà uniche. Intanto le loro bottiglie vanno a ruba nonostante i 38 dollari sul cartellino. Si grida al miracolo ad Amsterdam: l’acqua dei canali è diventata potabile grazie a l’intelligenza artificiale e imbottigliata si chiama Aquablu. Tutto è gestibile via app, soprattutto gli ordini: una **Amsterdam Canal water** costa 39 euro.

[caption id="attachment_178716" align="aligncenter" width="800"]

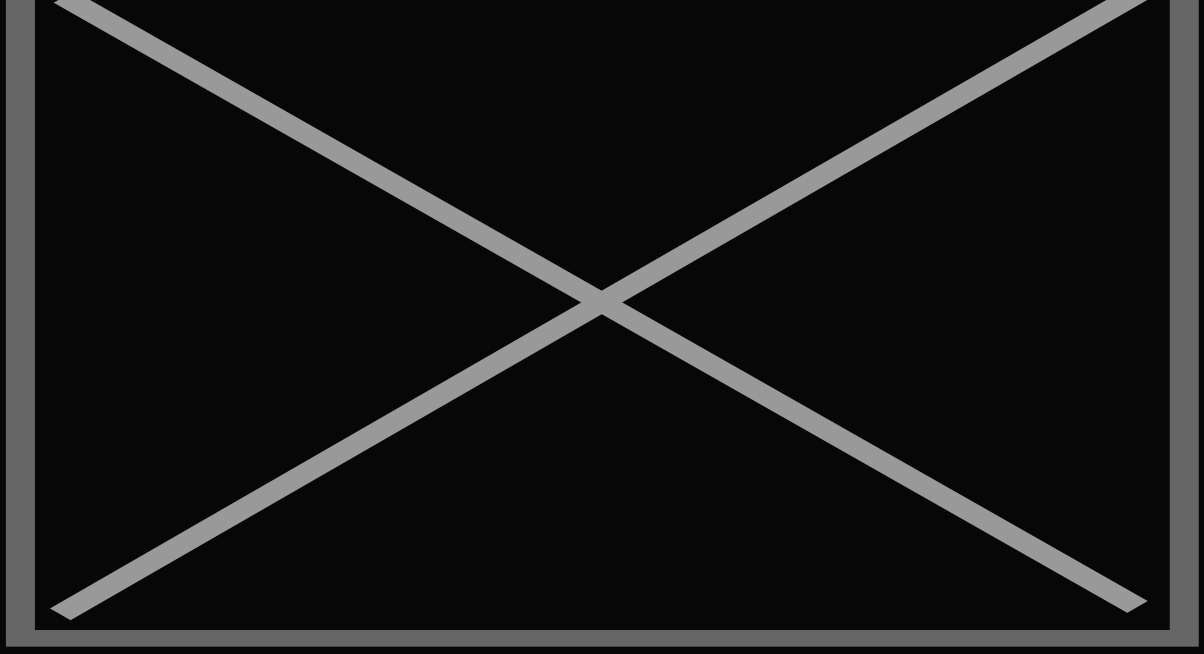


La FatWater, arricchita con grasso di noci di cocco[/caption]

SPORTIVI ATTIVI E QUALCHE VOLTA PASSIVI

La leader resta Aptonia di Decathlon. “Il nostro team di appassionati ha ideato questo prodotto per idratare durante uno sforzo inferiore a 3 ore che sgorga dalla sorgente Oiselle – dicono da Decathlon – Adatta all’attività sportiva con il suo tappo sport e all’apporto di sali minerali, è perfetta per fare un’attività fisica, perché è importante seguire un’alimentazione varia ed equilibrata e uno stile di vita sano”. Bevande con la stessa concentrazione di particolato del sangue (isotoniche), bevande energetiche (ipotoniche) o bevande da sforzo (ipertoniche): la serie di nomi per supportare gli atleti è sempre più popolare. Attenzione inoltre alle denominazioni: per isotoniche ed energetiche si intendono bevande destinate a chi gareggia. Levissima insiste sulla linea Levissima+ nelle 4 referenze disponibili magnesio, potassio, zinco o vitamine B e San Benedetto risponde con Aquavitamin e Skin Care, quest’ultima ‘sponsorizzata’ dalla modella Cindy Crawford.

[caption id="attachment_178718" align="alignnone" width="619"]



Le acque SanBenedetto ideate per la bellezza e lo sport[/caption]

UN SORSO D’ARIA



Acqua: H2O, due atomi di idrogeno e uno di ossigeno. Il composto deve aver acceso la lampadina a Troy Paquette e Moses Lam da Edmonton, Canada, dando vita all’imbottigliamento di... aria e al marchio **Vitality Air**. “Volevamo condividere l’aria locale col mondo”, dicono i due. Dopo che alcuni intraprendenti connazionali hanno attinto dagli alberi acqua da acero e betulla con studiate estrazioni, la pensata della coppia è stata quella di fare la stessa cosa pensando al cielo. Ed ecco che il sorso d’aria, con 20 dollari Usa, oggi è possibile.

Acqua pairing, holding e le migliori del mondo