«Smart Water. Smart Business». Il ruolo dell’acqua nel caffè e nell’horeca secondo Brita

2549a00a-6cc9-4ec3-98ee-82b0d9f897ca

Dare valore a ciò che spesso diamo per scontato. È stato questo il filo conduttore dell’evento che Brita Italia ha organizzato alla Triennale di Milano con l'obiettivo di rispondere a una domanda semplice ma decisiva: quanto vale davvero l’acqua giusta per il proprio business?

Quote

Ci accorgiamo dell’acqua solo quando diventa un problema. Senza l’acqua giusta, un bar non avrebbe caffè, cucina né ghiaccio. Eppure l’acqua resta invisibile, soprattutto nei bilanci delle aziende: proponiamo di trasformarla da commodity invisibile in asset visibile.

Lorenzo Sarvello, Amministratore Delegato di Brita Italia

Competenza, misurabilità e sostenibilità

Un cambio di paradigma che poggia su tre parole chiave: **competenza**, per scegliere l’acqua giusta; **misurabilità**, per trasformare l’acqua in dati e decisioni; **sostenibilità**, per tradurre tutto questo in valore economico e ambientale. “Non dobbiamo più chiederci quanto costa un filtro, ma quanto valore protegge.” Una visione che Brita declina nel mondo professionale su due fronti. Con i **filtri professionali**, l’acqua diventa “un ingrediente a tutti gli effetti e, allo stesso tempo, uno strumento tecnico che protegge i macchinari”. Con i **water dispenser**, la sostenibilità diventa concreta e misurabile: “Un hotel qui vicino, con un solo water dispenser in sala colazione, ha sostituito 20.000 bottiglie d’acqua in un anno: conto economico e sostenibilità devono essere parte della stessa cosa”, ha aggiunto Sarvello.

Il futuro dell’acqua secondo i professionisti

Il confronto, facilitato da Gianluigi Contin, amministratore delegato di VVA Business Consulting, è partito da due ricerche. L’analisi dei **“Segnali Fertili”** sul tema dell’acqua indica un’attenzione crescente verso l’acqua filtrata: nell’industria di trasformazione e nell’horeca, per il contenimento del food cost e la qualità di bevande e alimenti; tra tecnici e impiantisti, per la riduzione dei costi di manutenzione; nel mondo dello sport; a casa, sul posto di lavoro e al ristorante, per la minore preoccupazione verso microplastiche e inquinanti e la riduzione del consumo di acqua in bottiglia di plastica.

L’analisi qualitativa ha invece fatto emergere tre aspettative del mercato professionale: un aiuto concreto nello sviluppo di una **“cultura dell’acqua” tra i consumatori finali**, che premi gli investimenti degli operatori professionali; servizi di manutenzione predittiva, basati su dati affidabili su durezza dell’acqua e consumi effettivi, per ottimizzare i cicli di sostituzione dei filtri; un impegno condiviso sui temi ambientali, dal riciclo dei filtri esausti alla riduzione della plastica nella produzione dei sistemi di filtrazione.

Cosa può fare Brita per i professionisti

Sulle tre parole chiave si è innestato l’intervento di Enrico Metti, Sales Director Professional Filters di Brita Italia, che ha sottolineato: “Non esiste una sola acqua: la domanda corretta non è ‘come evito il calcare?’, ma ‘qual è l’acqua giusta per il risultato che voglio ottenere?’”. Una competenza maturata da Brita in 60 anni di storia, che l’azienda trasferisce ai clienti attraverso la propria rete di vendita sul territorio e la piattaforma di formazione online **Brita Aquademy**.

Sul fronte della misurabilità, le soluzioni Brita iQ rendono i sistemi filtranti connessi e gestibili da remoto. Sul piano ambientale, i sistemi a cartuccia non generano acqua di scarto al punto d’uso, a differenza di addolcitori a sale e sistemi a osmosi inversa, e un trattamento efficace aiuta a mantenere l’efficienza energetica delle apparecchiature.

Dagli anni ’90 Brita raccoglie inoltre i filtri esausti, avviando oggi a rigenerazione o riciclo circa il 55% delle cartucce vendute. “Dal prodotto alla soluzione, dal dato alla decisione e, soprattutto, dal costo al valore”, ha concluso Metti.

Brita 2030 “Inspiring Water”

A chiudere i lavori è stato Lorenzo Sarvello, Amministratore Delegato di Brita Italia, che ha ricondotto quanto emerso alla strategia BRITA 2030 “Inspiring Water”, articolata in tre azioni: **Engage**, per costruire una nuova cultura dell’acqua; **Empower**, per mettere i partner nelle condizioni di fare scelte migliori; Innovate, per trasformare i segnali del futuro in nuove opportunità.

Quote

Tre più tre fa sei, ma il numero magico è sette: manca una parola, ed è insieme. Brita mette in campo competenza, tecnologia e soluzioni, dai filtri professionali ai water dispenser; i nostri partner la conoscenza del mercato. È da questa unione che nasce il valore: non limitarci a filtrare l’acqua, ma ispirare insieme un nuovo modo di pensarla e di darle valore.

Lorenzo Sarvello, Amministratore Delegato di Brita Italia