

Media review





Archiproducts Milan hier ist das Projekt 2021! Diskrete Technologien und "Cocoon"-Räume inszenieren das Wohnen der Zukunft

Diskrete Technologien und "Cocoon"-Räume inszenieren das Wohnen der Zukunft
23/07/2021 - Alles ist bereit bei Archiproducts Milano! Wir können es kaum erwarten, Architekten, Unternehmen, Journalisten und Influencer zu empfangen und sie durch das neue Layout des Gebäudes in der Via Tortona 31 zu führen! Die Räumlichkeiten sind bereits für Besichtigungen geöffnet und bereiten sich darauf vor, während der Mailänder Designwoche (4.-10. September 2021) ein reichhaltiges Veranstaltungsprogramm anzubieten.

Das Projekt Archiproducts Milano 2021

Das Ausstellungsprojekt 2021 von Archiproducts Milano steht unter dem Motto 'Future Habit(at)' und ist das Ergebnis der Zusammenarbeit mit Studio Salaris. An der Umsetzung beteiligt sind 60 ausgewählte internationale Marken, die mit ihrem Enthusiasmus dazu beigetragen haben, eine der in vielerlei Hinsicht reichhaltigsten Versionen von Archiproducts Milano zu gestalten. Eine Reichhaltigkeit im Bezug auf die Kreativität der Designs, die Materialvielfalt, die Bandbreite an Einrichtungsgegenständen und Beleuchtung, die Identifizierung der interessantesten Lösungen für integrierte Technologien und vor allem das Antizipieren von Szenarien des Wohnens der Zukunft. Technologie - zunehmend geräuschlos und ohne traditionelle Bedienoberflächen - und kokon-ähnliche Volumen - als Rückzugsmöglichkeit innerhalb gemeinschaftlicher Bereiche - sind die Schlüsselwörter dieser neuen Ausgabe.

„Cocoon“-Räume, zwischen Intimität und Austausch

Bei der Gestaltung der Räume der Zukunft geht es nicht nur darum, sich von anderen abzugrenzen, sondern auch darum, den Raum auf eine neue Weise zu teilen. Bei Archiproducts Milano wird dieser neue Weg in hybride Elemente der Aggregation übersetzt, wie Küchen, die zu Coworking-Tischen werden, bewohnbare Wände und kokon-artige Räume.

Die 'Cocoons', die in allen Räumen des Gebäudes in der Via Tortona zu finden sind, sind bewohnbare Bögen, die Menschen und Technologie beherbergen, interaktive Bullaugen mit Kopfhörern und Tablets, Wandverkleidungen, die zu bewohnbaren architektonischen Elementen werden, und Büroinseln in den größeren Räumen.

Technologie entmaterialisiert sich

Das Haus der Zukunft wird dazu tendieren, immer mehr seiner Regulierungs- und Steuerungsaspekte der Technologie anzuvertrauen. Einer Technologie, die immer weniger sichtbar ist und sich von den traditionellen Bedienoberflächen löst, um sich diskret ins Umfeld zu integrieren. Objekte und Materialien sind die neuen intelligenten Schnittstellen zwischen Mensch und Raum, um das Zuhause, das Büro und die Stadt intelligent leben und bewohnen zu können.

Bei Archiproducts Milano kann man mit Kopfhörern und Tablets in Bullaugen verweilen, um ein neues digitales Wohnerlebnis zu genießen; die Küche wird smart, mit intelligenten Kühlschränken und Öfen und interaktiven Arbeitsflächen; einfache Holzpaneele mit Touch-Displays werden zu Schnittstellen für Hausautomatisierungssysteme.

Pincodes in den Räumen, für Informationen und zum Kauf der Produkte

Die 'Zukunft des Wohnens' ist auch im Einzelhandel ein wichtiges Thema. In den letzten Jahren hat die Möbelbranche eine starke Beschleunigung in Richtung E-Commerce erfahren. Bedeutet dies, dass der physische Laden verschwinden wird? Wir wollten diese Frage beantworten, indem wir das Potenzial einer stärker phygitalen Customer Journey in Zusammenarbeit mit Pinterest aufzeigen, dem sozialen Medium par excellence für alle, die auf der Suche nach Inspiration sind.

Alle Räume in der Via Tortona 31 werden einen eigenen Pin Code haben, einen eigenen Pinterest Code. Wer die App auf seinem Gerät öffnet kann den Pin-Code mit der Kamera scannen, die in der Suchleiste der App angezeigt wird. So erhält der Nutzer Zugriff auf die Pinnwand des Raumes mit der so genannten Pin-Idee. Dies ist eine der neuesten Innovationen von Pinterest: Karusselle mit Fotos und Videos, die Informationen über die im Raum ausgestellten Produkte liefern. Und: die Möglichkeit, sie zu kaufen. Dank des Tags mit einem Link zum Produktblatt auf Archiproducts sind nur wenige Klicks nötig, um die Raumausstattungen zu kaufen und das Ambiente nachzugestalten!

Machen wir uns auf die Reise, um das neue Layout zu entdecken!

Die Bögen, das formale Leitmotiv des Projekts, interpretieren die Räume der Zukunft und werden zum grafischen Symbol der neuen Fassade der Location, die von der Illustratorin Carla Di Benedetto vom Archiproducts Team entworfen wurde und aus eloxierten Aluminiumketten von Kriskadecor besteht.

Die Bögen begrüßen den Besucher sofort am Eingang. Sie finden sich in der Empfangstheke wieder, die mit Floor Gres Keramik verkleidet ist, und wiederholen sich im Muster der dahinter liegenden Rex -Paneele mit einem weicherem, dichterem Motiv, das perfekt mit dem Abitex -Samthintergrund harmoniert. Der weiche, neutrale Grauton von Novacolor an der Wand kontrastiert mit dem leuchtenden Orange und Blau des Schreibtischs.

Jedes Ambiente rückt das Wohlbefinden des Menschen in den Fokus. Die Treppe erhält eine neue Bedeutung und wird vom Durchgangs- zum Wohnbereich. Die Wände sind mit grafischen Reliefmustern verziert, die von Stoffen inspiriert sind und sich in den Keramikfliesen von Florim bis zu den Tapeten von Officinarkitettura wiederholen. So entsteht zugleich ein taktiles und ein visuelles Erlebnis.

Die Beleuchtung mutet grafisch an: an breiten Bändern hängende Glasrondelle, eine Kreation der kanadischen Marke D'armes, füllen das Volumen des Treppenhaus und skandieren den Raum.

Die bequemen Hobbyflower -Poufs, die entlang des Rundgangs aufgestellt sind, laden zum Innehalten und Betrachten ein. Ein weiterer Sitzbereich wird, in einer Hommage an Morandi, durch leuchtende Glasskulpturen von Paolo Castelli erhellt.

Wenn es um die Ansprüche an unsere Räume geht, so wachsen diese nicht nur in Hinblick auf das Wohlbefinden, sondern auch auf fließende und multifunktionale Nutzbarkeit. Der Tisch von Desalto eignet sich gleichzeitig für den häuslichen Alltag und für Besprechungen und Geschäftstreffen. Der Framery -Pod schafft ein kleines, intelligentes und lärmgeschütztes Büro. Der intelligente Kleiderschrank von Samsung beherbergt unsere Kleidung und entfeuchtet die Umgebung.

Die Möbel und Beleuchtungslösungen von BuzziSpace schaffen kleine Büroinseln. Die Zukunft des Wohnens ist auch nachhaltiger: Der schallabsorbierende Filz, mit dem die Möbel bezogen sind, besteht zu 100 % aus recyceltem PET. Weiche, geschwungene Linien, kombiniert mit hellem Holz und pastellfarbenen Polstern schaffen eine Umgebung, die auch visuellen Komfort bietet. Auch hier gibt es einen

Besprechungsraum, eine All-in-One-Bürolösung.

Zwei Zimmer im ersten Stock beherbergen das BTicino Smart Apartment. Hier wird ein intelligentes Haus erlebbar, in dem die Technologie dem täglichen Leben einen Mehrwert verleiht. Wie? Videoeingangssysteme, Licht, Steckdosen, Automatisierungen, Temperatur und Sicherheit werden bequem und einfach per App oder Sprache gesteuert.

Auf der Terrasse befindet sich eine freistehende Küche aus Beton, hergestellt von Elmar. Der Boden ist mit dem patentierten Roofinggreen -Weichrasen und einem Betont Teppich ausgelegt. Abends sorgen die japanischen Laternen von Ambientec für stimmungsvolles, tragbares Licht, um unseren neuen nomadischen Bedürfnissen zu folgen.

Der Weg ins Innere führt weiter über den Korridor, der wie die Treppe zu einem Ort der Ruhe und nicht mehr zu einem Ort des Durchgangs wird. An der Wand, die vollständig mit schallabsorbierenden Knauf AMF Holzwoleplatten verkleidet ist, befinden sich drei mit weichem Stoff bezogene Bullaugen, in denen man bequem sitzen oder sogar liegen kann, um einen Film zu sehen oder mit Tablet und Kopfhörern Musik zu hören; auf den Holzpaneelen mit Touch-Display lassen sich Nachrichten einfach mit dem Finger schreiben (mulab smart home control). An der Decke zieht sich eine dramatische Lichtinstallation von ANDlight durch den gesamten Raum.

Die Küche wird zu einem hybriden Element des Zusammenseins, auf halbem Weg zwischen häuslichem Leben und einem Coworking-Tisch. Wing ist eine freistehende Holzküche von

True Design, die als 'Piazza'konzipiert ist und zu verschiedenen Tageszeiten auf unterschiedliche Weise lebendig wird.

Wing hat eine zeitgemäße, leichte Linie, wie auch die Beleuchtung in diesem Raum: Der Kronleuchter ANDlight mit seiner minimalen, unkonventionellen Form bringt den Reichtum des Messings zum Ausdruck. Die verstellbaren Aluminium-Büroleuchten von Re-volt ragen aus den Wänden heraus.

Die Textiltür Door trennt den Korridor vom nächsten Raum, in dem die zeitlosen Möbel von Internas uns in eine vertraute, aber nicht offensichtlich häusliche Umgebung versetzen. Sie könnten in der Tat zu einem Wohnbereich gehören, oder zu einem luxuriösen und einladenden Büro. Im Leben der Zukunft ist tatsächlich alles fließender und harmonischer. Selbst der Fernseher, der in diesem Szenario freistehend wird, ist ein Möbelement von Samsung.

Der größte Raum des Gebäudes verwandelt sich in einen eleganten, szenischen Raum, in dem Blau und Petrol die dominierenden Farben sind. Hier werden die Wände zu lebendiger Architektur, mit Bögen und Kokons als Teil der Struktur. Abitex -Samtvorhänge, stoffbespannte Wände und schallabsorbierende Deckenmaterialien tragen dazu bei, eine supergepolsterte Umgebung mit maximalem Komfort und akustischem Wohlbefinden zu schaffen. Der Raum ist mit einem einzigen langen Holztisch von Buzzispace, einem

Silentlab -Pod, Midgard -Lampen, einer Samsung 360-Kassette für die Klimatisierung, umrahmt von AMFknauf -Hängepaneelen, drahtlosen akustischen Lautsprechern von Braun und Samsung -Fernsehern für Konferenzen und Meetings ausgestattet.

Bei Archiproducts Milano stellen wir uns die Frage nach der neuen Art zu leben auch in einem größeren Maßstab, nämlich dem des Lebensraums Erde. Econyl gibt uns eine Antwort und zeigt die verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten von regeneriertem Nylon: Teppiche, Stühle, Leuchten und Bodenbeläge zeigen das Potenzial.

Der Fokus auf die Beziehung zwischen Design und Nachhaltigkeit kommt auch in dem von

Milla & Milli eingerichteten Raum zum Ausdruck. Die Liebe zur Natur reicht von der Materialwahl über die Aufmerksamkeit, die dem Produktionsprozess gewidmet wird, bis hin zur formalen Inspiration. In die Oberfläche des Holzes geschnitzte Wellen erzeugen Licht- und Schattenspiele, die an tiefe Gewässer, Zen-Gärten und Erdfurchen erinnern. Die Lichtpunkte weisen weiche Profile auf, wie die Hängeleuchte von Paolo Castelli und die Lampen aus geblasenem Glas von Andlight. Der Gips wird zarter und fühlbarer, fachmännisch gespachtelt von Detale cph. Die Tapete von Kelly Wearstler für Lee Jofa wird zu einer wahren Kunstinstallation.

Die Küche ist eine schwarze Stahlskulptur mit futuristischen Formen, ein Möbelstück, das gleichzeitig luxuriös und äußerst funktionell ist. Es ist die Smart Kitchen FOLD von Steininger mit integrierter Hightech-Arbeitsplatte M.POD, von der aus alles gesteuert werden kann.

Die blauen Strukturfarben von Detale Cph machen die Küche besonders glamourös. Eine mit einem nachhaltigen Keramikmaterial verkleidete Nische, das Ergebnis einer Zusammenarbeit zwischen Matteo Thun und casadolcecasa von der Florim-Gruppe, schafft einen kleinen Raum, in dem man am neuen Marmortisch von Desalto mit zwei Hockern speisen kann. Ein Paar limonenfarbener, bequem regulierbare Midgard-Hängelampen beleuchtet das Szenario.

Nachhaltigkeit findet sich nicht nur in den Verkleidungen, sondern auch in den Geräten: Der intelligente Kühlschrank von Samsung ermöglicht Abfallvermeidung, indem er ständig seinen Inhalt überprüft und den Speiseplan der Familie handhabt.

Archiproducts Milano 2021 ist ein Manifest für das Leben in den Räumen der Zukunft: eine interaktive, multimediale Reise zur Entdeckung der diskreten Seite der Technologie. Und eines neuen Verständnisses für die gemeinsame Nutzung von Räumen in einer 'neuen Normalität' im Zeichen von Nachhaltigkeit, Ästhetik und Komfort.

Partners

Abitex, Ambientec, Andlight, Astro Lighting, Bedont, BloomBoom, Braun, BTicino, BuzziSpace, CEDIT Ceramiche d'Italia, Centrsvet, d'Armes, Desalto, dooor, Econyl®, Elmar, Faema, Florim, Framery, Garda Furniture, Hobby Flower, Interna8, Kriskadecor, Midgard Licht, Milla&Milli, Meural powered by Netgear, Nicoline, Novacolor, Olimpia Splendid, Paola Paronetto, Paolo Castelli, Real Piel, Re-Volt, Samsung Climate Solutions, Samsung Home Appliances, Samsung Audio-video, Scirocco H, Serge Mouille, SilentLab, Slayer Espresso, Steininger, Tapis Rouge, Toscanini, True Design, Velux, Vetreria Vistosi.

Technical partners

Acqua Alma, Alcarol, Alchemilla Design Solutions, Arredo Creativo, Boglioli, Bombay Sapphire, Detale CHP, Dimensione3, Dlimit, Ego.M, Flos, Gypsum, Heymat, Identità Golose, Italian Converter, Kelly Wreastler X Lee Jofa, Knauf AMF, LaCimbali, Linvisibile, Marvis, Mon Ban, Mui Lab, Netgear, noho, Nude, Object Carpet, Officinarkitettura®, Panzeri, Sapone del Mugello, Sarawagi, Saycheese, Simple Health Tech, Strackk, We Are Lovers, 101 Caffè

Media partners

ARC Magazine, darc magazine

Digital partner

Pinterest



GLI ITALIANI E L'ACQUA: GLI OTTO PARADOSSI CHE RALLENTANO SVILUPPO E SOSTENIBILITA'

25-02-2022 / redazione watergas.it



Dai risultati della survey realizzata dall'Osservatorio della Community Valore Acqua per l'Italia di The European House – Ambrosetti sono emersi 8 paradossi sulla percezione dei cittadini sulla risorsa acqua .

Una risorsa tanto fondamentale quanto poco conosciuta. È questa la sintesi del rapporto tra i cittadini italiani e l'acqua, un bene prezioso, ma sempre più a rischio in un Paese come il nostro, il secondo più idrovoro d'Europa, in cui il 21% del territorio è a rischio desertificazione, ma che tuttavia si candida ad ospitare nel **2024 il X Water Forum**, il più grande evento mondiale sull'acqua.

Da una **survey nazionale somministrata a un campione di 1.000 cittadini italiani** rappresentativi dell'universo nazionale per macro-area geografica, genere ed età dei rispondenti - realizzata dall'Osservatorio della Community Valore Acqua per l'Italia di The European House – Ambrosetti* - **sono emersi ben 8 paradossi sulla percezione dei cittadini sulla risorsa acqua** (survey consultabile al link <https://eventi.ambrosetti.eu/valoreacqua2022/conferenza-stampa/>).

Dall'analisi emerge il tema del valore percepito dell'oro blu italiano: quasi 6 cittadini su 10 ritengono che l'attuale spesa in bolletta sia troppo onerosa, ma il **paradosso della spesa troppo elevata** mostra che l'Italia è uno dei Paesi con le tariffe più basse d'Europa (2,08 euro/m³ – dato medio nazionale) – che corrisponde alla metà di quella francese (4,08 euro/m³ – dato medio del Paese).

Per altro, più del 90% dei cittadini non è a conoscenza del costo reale, ritenendo di pagare troppo per il servizio (**paradosso del costo dell'acqua**). L'86% dei rispondenti sovrastima la propria spesa annua e quasi 1/3 dei rispondenti pensa di pagare circa il doppio in più rispetto alla spesa reale.

Considerando la media italiana, dalla *survey* emerge che solo il 29,3% dei cittadini beve abitualmente acqua del rubinetto, anche se si registrano rilevanti difformità tra i territori italiani con un progressivo cambio di abitudini a favore dell'acqua di rubinetto in alcune aree del Paese, a partire dal Centro Nord. Questo accade nonostante la qualità dell'acqua di rete sia tra le più alte in Europa (**paradosso della scarsa fiducia dell'acqua del rubinetto**). Così rimaniamo primi al Mondo per consumo di acqua in bottiglia: un dato stridente se consideriamo che 1 m³ di acqua di rete equivale a 2.000 bottiglie d'acqua da mezzo litro.

Tradotto in cifre, supponendo un costo di 1 euro a bottiglia da mezzo litro, scegliamo di spendere circa 2.000 euro, piuttosto che 2,08 euro (pari al costo di 1 m³ di acqua di rete, peraltro di ottima qualità).

È però alta la consapevolezza della necessità di ridurre l'impatto ambientale del servizio (es. riduzione delle perdite di rete, miglioramento qualitativo della depurazione, ammodernamento della rete infrastrutturale) come dimostrato dalla *survey*: più della metà dei cittadini sarebbe disposta a sostenere un piccolo aumento in bolletta per rendere il servizio più efficiente e sostenibile (**paradosso della disponibilità a pagare**) e l'83% di questi rispondenti dichiara una disponibilità a pagare tra i 5 e gli 11 Euro in più all'anno per agevolare interventi di efficientamento e di risparmio idrico.

Un dato da non sottovalutare perché, secondo l'Osservatorio Valore Acqua, un aumento delle tariffe di soli 10 centesimi a m³, pari a 8 euro in più all'anno per famiglia media ISTAT, si tradurrebbe in 900 milioni di Euro addizionali di Valore Aggiunto e 400 milioni di investimenti aggiuntivi (fondamentale in un Paese che investe 46 Euro per abitante all'anno nel settore idrico, quasi la metà dei 90 Euro della Francia e dei 92 Euro della Germania e un terzo dei 135 Euro per abitante del Regno Unito). Conricadute sia in termini sociali che ambientali: 3.400 occupati in più nel ciclo idrico e una riduzione di 211 milioni di m³ di prelievi di acqua per uso potabile.

Aumento di 8 Euro l'anno di per sé già contenuto che potrebbe essere azzerato se le perdite idriche venissero ridotte di soli 1,1 punti percentuali o se, ad esempio, gli italiani riducessero di circa 16 secondi la durata della doccia giornaliera!

Sia le tariffe attuali, sia l'eventuale minimo aumento descritto non devono però pesare su quelle famiglie che già soffrono la povertà energetica e sono messe allo stremo dagli elevati costi di gas e luce. Purtroppo, sempre secondo la *survey*, rimangono poco conosciuti gli strumenti di agevolazione economica previsti in bolletta per le fasce più vulnerabili della popolazione (**paradosso del bonus sconosciuto**): il bonus idrico e la possibilità di rateizzazione della bolletta risultano sconosciuti al 60% dei rispondenti, l'esistenza di tariffe agevolate a poco meno del 40%.

Nonostante oltre il 37% degli italiani non conoscano il proprio gestore e ancor più dimostrino scarsa consapevolezza del ruolo e dei compiti che svolge (**paradosso di "cosa c'è dietro l'acqua del rubinetto"**), questa disponibilità a pagare costituisce un importante punto di partenza. Sostenere la resilienza e l'ammodernamento della rete è ancora più urgente in un Paese sottoposto sempre più frequentemente a eventi climatici estremi come il lungo periodo siccitoso degli scorsi mesi di gennaio e febbraio.

Occorre accelerare questo fondamentale processo di transizione, aumentando la consapevolezza dell'urgenza degli interventi. La *survey* evidenzia come nei confronti del cambiamento climatico emerga infatti un approccio NIMBY (Not In My Back Yard) (**paradosso "NIMBY"**): gli italiani dichiarano che il cambiamento climatico è una priorità, ma considerano il problema ancora lontano dal proprio territorio.

Non è proprio così, come spiega **Luca Mercalli**, Presidente della Società Meteorologica Italiana: *"La siccità invernale 2021-22 mette in luce ancora una volta come gli estremi climatici possano rapidamente minacciare la disponibilità di acqua anche in territori che*

normalmente ne sono ricchi: il bacino del Po dopo oltre due mesi senza precipitazioni è in secca. Fortunatamente abbiamo ancora da giocare la carta delle piogge primaverili, in grado di colmare il deficit idrico, ma un anticiclone come quello che si è installato da dicembre sull'Europa occidentale, qualora si insediasse nei mesi estivi con l'agricoltura in attività, porterebbe temperature oltre i 40°C e uno stress idrico imponente. Prepararsi fin d'ora a un futuro climatico inedito è indispensabile”.

Una bassa tariffa fa scendere la soglia d'attenzione e – nonostante l'utilizzo responsabile di acqua sia il terzo comportamento sostenibile più adottato dai cittadini – più di 2/3 sottostimano il proprio effettivo consumo giornaliero (**paradosso del consumatore attento**) con il conseguente protrarsi di abitudini errate che acutizzano lo stress idrico del Paese. Un esempio per tutti: solo un cittadino su tre utilizza dispositivi di ottimizzazione dei consumi domestici.

*“Lo storico, recente inserimento della tutela dell'ambiente tra i principi fondamentali della Costituzione italiana introduce per la prima volta una visione di sviluppo sostenibile nella Costituzione, che tenga in considerazione le future generazioni e definisca con chiarezza la società che vogliamo diventare – afferma **Valerio De Molli**, Managing Partner & CEO di The European House - Ambrisetti – È una svolta epocale, che va nella direzione tracciata dal 2019 dalla Community Valore Acqua per l'Italia. Una filiera dell'acqua efficiente e sostenibile, infatti, deve essere in cima alle priorità italiane ed europee dei prossimi anni. La terza edizione del 'Libro Bianco Valore Acqua per l'Italia', che presenterò a Roma il prossimo 22 marzo, nell'ambito della Giornata Mondiale dell'Acqua, analizzerà lo stato dell'arte della gestione dell'acqua in Italia e condividerà un decalogo di proposte e azioni concrete per accelerare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili”.*

* Ad oggi, sono *partner* della Community Valore Acqua per l'Italia A2A, ACEA, Acquedotto Pugliese, Celli Group, Hera, Iren, MM, SMAT, ANBI – Associazione Nazionale Consorzi di gestione e tutela del territorio e acque irrigue, Schneider Electric, SIT Group, Suez, SOTECO, RDR, Consorzio Idrico Terra di Lavoro, Brianzacque, Padania Acque, Maddalena, IWS, Fisia Italimpianti, SIAM, Alfa Varese, Irritec e Livenza Tagliamento Acque. I 24 Partner della 3^a edizione della Community rappresentano una quota significativa della filiera estesa dell'acqua in Italia: più di 10 miliardi di Euro di fatturato, oltre 14.000 occupati, 50% dei cittadini italiani serviti e 165.000 km di rete idrica (metà di quella italiana).



Gli italiani e l'acqua: gli otto paradossi che rallentano sviluppo e sostenibilità

[Home](#) » [Attualità](#) » [AmbienteAttualità](#)



[Eleonora Persichetti](#) Send an email 5 ore fa
0 22 Lettura di 5 minuti



Una risorsa tanto fondamentale quanto poco conosciuta. È questa la sintesi del rapporto tra i cittadini italiani e l'acqua, un bene prezioso, ma sempre più a rischio in un Paese come il nostro, il secondo più idrovoro d'Europa, in cui il 21% del territorio è a rischio desertificazione, ma che tuttavia si candida ad ospitare nel **2024 il X Water Forum**, il più grande evento mondiale sull'acqua.

Da una **survey nazionale somministrata a un campione di 1.000 cittadini italiani** rappresentativi dell'universo nazionale per macro-area geografica, genere ed età dei rispondenti – realizzata dall'Osservatorio della Community Valore Acqua per l'Italia di The European House – Ambrosetti* – **sono emersi ben 8 paradossi sulla percezione dei cittadini sulla risorsa acqua** (survey consultabile al link <https://eventi.ambrosetti.eu/valoreacqua2022/conferenza-stampa/>).

Dall'analisi emerge il tema del valore percepito dell'oro blu italiano: quasi 6 cittadini su 10 ritengono che l'attuale spesa in bolletta sia troppo onerosa, ma il **paradosso della spesa troppo elevata** mostra che l'Italia è uno dei Paesi con le tariffe più basse d'Europa (2,08 euro/m³ – dato medio nazionale) – che corrisponde alla metà di quella francese (4,08 euro/m³ – dato medio del Paese).

Per altro, più del 90% dei cittadini non è a conoscenza del costo reale, ritenendo di pagare troppo per il servizio (**paradosso del costo dell'acqua**). L'86% dei rispondenti sovrastima la propria spesa annua e quasi 1/3 dei rispondenti pensa di pagare circa il doppio in più rispetto alla spesa reale.

Considerando la media italiana, dalla *survey* emerge che solo il 29,3% dei cittadini beve abitualmente acqua del rubinetto, anche se si registrano rilevanti difformità tra i territori italiani con un progressivo cambio di abitudini a favore dell'acqua di rubinetto in alcune aree del Paese, a partire dal Centro Nord. Questo accade nonostante la qualità dell'acqua di rete sia tra le più alte in Europa (**paradosso della scarsa fiducia dell'acqua del rubinetto**). Così rimaniamo primi al Mondo per consumo di acqua in bottiglia: un dato stridente se consideriamo che 1 m³ di acqua di rete equivale a 2.000 bottiglie d'acqua da mezzo litro.

Tradotto in cifre, supponendo un costo di 1 euro a bottiglia da mezzo litro, scegliamo di spendere circa 2.000 euro, piuttosto che 2,08 euro (pari al costo di 1 m³ di acqua di rete, peraltro di ottima qualità).

È però alta la consapevolezza della necessità di ridurre l'impatto ambientale del servizio (es. riduzione delle perdite di rete, miglioramento qualitativo della depurazione, ammodernamento della rete infrastrutturale) come dimostrato dalla *survey*: più della metà dei cittadini sarebbe disposta a sostenere un piccolo aumento in bolletta per rendere il servizio più efficiente e sostenibile (**paradosso della disponibilità a pagare**) e l'83% di questi rispondenti dichiara una disponibilità a pagare tra i 5 e gli 11 Euro in più all'anno per agevolare interventi di efficientamento e di risparmio idrico.

Un dato da non sottovalutare perché, secondo l'Osservatorio Valore Acqua, un aumento delle tariffe di soli 10 centesimi a m³, pari a 8 euro in più all'anno per famiglia media ISTAT, si tradurrebbe in 900 milioni di Euro addizionali di Valore Aggiunto e 400 milioni di investimenti aggiuntivi (fondamentale in un Paese che investe 46 Euro per abitante all'anno nel settore idrico, quasi la metà dei 90 Euro della Francia e dei 92 Euro della Germania e un terzo dei 135 Euro per abitante del Regno Unito). Con ricadute sia in termini sociali che ambientali: 3.400 occupati in più nel ciclo idrico e una riduzione di 211 milioni di m³ di prelievi di acqua per uso potabile.

Aumento di 8 Euro l'anno di per sé già contenuto che potrebbe essere azzerato se le perdite idriche venissero ridotte di soli 1,1 punti percentuali o se, ad esempio, gli italiani riducessero di circa 16 secondi la durata della doccia giornaliera!

Sia le tariffe attuali, sia l'eventuale minimo aumento descritto non devono però pesare su quelle famiglie che già soffrono la povertà energetica e sono messe allo stremo dagli elevati costi di gas e luce. Purtroppo, sempre secondo la *survey*, rimangono poco conosciuti gli strumenti di agevolazione economica previsti in bolletta per le fasce più vulnerabili della popolazione (**paradosso del bonus sconosciuto**): il bonus idrico e la possibilità di rateizzazione della bolletta risultano sconosciuti al 60% dei rispondenti, l'esistenza di tariffe agevolate a poco meno del 40%.

Nonostante oltre il 37% degli italiani non conoscano il proprio gestore e ancor più dimostrino scarsa consapevolezza del ruolo e dei compiti che svolge (**paradosso di "cosa c'è dietro l'acqua del rubinetto"**), questa disponibilità a pagare costituisce un importante punto di partenza. Sostenere la resilienza e l'ammodernamento della rete è ancora più urgente in un Paese sottoposto sempre più frequentemente a eventi climatici estremi come il lungo periodo siccitoso degli scorsi mesi di gennaio e febbraio.

Occorre accelerare questo fondamentale processo di transizione, aumentando la consapevolezza dell'urgenza degli interventi. La *survey* evidenzia come nei confronti del cambiamento climatico emerga infatti un approccio NIMBY (Not In My Back Yard) (**paradosso "NIMBY"**): gli italiani dichiarano che il cambiamento climatico è una priorità, ma considerano il problema ancora lontano dal proprio territorio.

Non è proprio così, come spiega **Luca Mercalli**, Presidente della Società Meteorologica Italiana: *"La siccità invernale 2021-22 mette in luce ancora una volta come gli estremi climatici possano rapidamente minacciare la disponibilità di acqua anche in territori che*

normalmente ne sono ricchi: il bacino del Po dopo oltre due mesi senza precipitazioni è in secca. Fortunatamente abbiamo ancora da giocare la carta delle piogge primaverili, in grado di colmare il deficit idrico, ma un anticiclone come quello che si è installato da dicembre sull'Europa occidentale, qualora si insediasse nei mesi estivi con l'agricoltura in attività, porterebbe temperature oltre i 40°C e uno stress idrico imponente. Prepararsi fin d'ora a un futuro climatico inedito è indispensabile”.

Una bassa tariffa fa scendere la soglia d'attenzione e – nonostante l'utilizzo responsabile di acqua sia il terzo comportamento sostenibile più adottato dai cittadini – più di 2/3 sottostimano il proprio effettivo consumo giornaliero (**paradosso del consumatore attento**) con il conseguente protrarsi di abitudini errate che acutizzano lo stress idrico del Paese. Un esempio per tutti: solo un cittadino su tre utilizza dispositivi di ottimizzazione dei consumi domestici.

*“Lo storico, recente inserimento della tutela dell'ambiente tra i principi fondamentali della Costituzione italiana introduce per la prima volta una visione di sviluppo sostenibile nella Costituzione, che tenga in considerazione le future generazioni e definisca con chiarezza la società che vogliamo diventare – afferma **Valerio De Molli**, Managing Partner & CEO di The European House – Ambrisetti – È una svolta epocale, che va nella direzione tracciata dal 2019 dalla Community Valore Acqua per l'Italia. Una filiera dell'acqua efficiente e sostenibile, infatti, deve essere in cima alle priorità italiane ed europee dei prossimi anni. La terza edizione del 'Libro Bianco Valore Acqua per l'Italia', che presenterò a Roma il prossimo 22 marzo, nell'ambito della Giornata Mondiale dell'Acqua, analizzerà lo stato dell'arte della gestione dell'acqua in Italia e condividerà un decalogo di proposte e azioni concrete per accelerare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili”.*

* Ad oggi, sono *partner* della Community Valore Acqua per l'Italia A2A, ACEA, Acquedotto Pugliese, Celli Group, Hera, Iren, MM, SMAT, ANBI – Associazione Nazionale Consorzi di gestione e tutela del territorio e acque irrigue, Schneider Electric, SIT Group, Suez, SOTECO, RDR, Consorzio Idrico Terra di Lavoro, Brianzacque, Padania Acque, Maddalena, IWS, Fisia Italimpianti, SIAM, Alfa Varese, Irritec e Livenza Tagliamento Acque. I 24 Partner della 3^a edizione della Community rappresentano una quota significativa della filiera estesa dell'acqua in Italia: più di 10 miliardi di Euro di fatturato, oltre 14.000 occupati, 50% dei cittadini italiani serviti e 165.000 km di rete idrica (metà di quella italiana).



L'acqua e i suoi paradossi



di [Redazione Memomappe](#) 24 Febbraio, 2022

Una risorsa tanto fondamentale quanto poco conosciuta. È questa la sintesi del rapporto tra i cittadini italiani e l'acqua, un bene prezioso, ma sempre più a rischio in un Paese come il nostro, il secondo più idrovoro d'Europa, in cui il 21% del territorio è a rischio desertificazione, ma che tuttavia si candida ad ospitare nel **2024 il X Water Forum**, il più grande evento mondiale sull'acqua.

Da una **survey nazionale somministrata a un campione di 1.000 cittadini italiani** rappresentativi dell'universo nazionale per macro-area geografica, genere ed età dei rispondenti – realizzata dall'Osservatorio della Community Valore Acqua per l'Italia di The European House – Ambrosetti* – **sono emersi ben 8 paradossi sulla percezione dei cittadini sulla risorsa acqua** (*survey consultabile al link <https://eventi.ambrosetti.eu/valoreacqua2022/conferenza-stampa/>).

Quasi 6 cittadini su 10 ritengono che l'attuale spesa in bolletta sia troppo onerosa, ma il **paradosso della spesa troppo elevata** mostra che l'Italia è uno dei Paesi con le tariffe più basse d'Europa (2,08 euro/m³ – dato medio nazionale) – che corrisponde alla metà di quella francese (4,08 euro/m³ – dato medio del Paese).

Più del 90% dei cittadini non è a conoscenza del costo reale, ritenendo di pagare troppo per il servizio (**paradosso del costo dell'acqua**). L'86% dei rispondenti sovrastima la propria spesa annua e quasi 1/3 dei rispondenti pensa di pagare circa il doppio in più rispetto alla spesa reale.

Considerando la media italiana, dalla *survey* emerge che solo il 29,3% dei cittadini beve abitualmente acqua del rubinetto, anche se si registrano rilevanti difformità tra i territori italiani con un progressivo cambio di abitudini a favore dell'acqua di rubinetto in alcune aree del Paese, a partire dal Centro Nord. Questo accade nonostante la qualità dell'acqua di rete sia tra le più alte in Europa (**paradosso della scarsa fiducia dell'acqua del rubinetto**). Così rimaniamo primi al Mondo per consumo di acqua in bottiglia: un dato stridente se consideriamo che 1 m³ di acqua di rete equivale a 2.000 bottiglie d'acqua da mezzo litro.

Tradotto in cifre, supponendo un costo di 1 euro a bottiglia da mezzo litro, scegliamo di spendere circa 2.000 euro, piuttosto che 2,08 euro (pari al costo di 1 m³ di acqua di rete,

peraltro di ottima qualità).

È però alta la consapevolezza della necessità di ridurre l'impatto ambientale del servizio (es. riduzione delle perdite di rete, miglioramento qualitativo della depurazione, ammodernamento della rete infrastrutturale) come dimostrato dalla survey: più della metà dei cittadini sarebbe disposta a sostenere un piccolo aumento in bolletta per rendere il servizio più efficiente e sostenibile (**paradosso della disponibilità a pagare**) e l'83% di questi rispondenti dichiara una disponibilità a pagare tra i 5 e gli 11 Euro in più all'anno per agevolare interventi di efficientamento e di risparmio idrico.

Un dato da non sottovalutare perché, secondo l'Osservatorio Valore Acqua, un aumento delle tariffe di soli 10 centesimi a m³, pari a 8 euro in più all'anno per famiglia media ISTAT, si tradurrebbe in 900 milioni di Euro addizionali di Valore Aggiunto e 400 milioni di investimenti aggiuntivi (fondamentale in un Paese che investe 46 Euro per abitante all'anno nel settore idrico, quasi la metà dei 90 Euro della Francia e dei 92 Euro della Germania e un terzo dei 135 Euro per abitante del Regno Unito). Con ricadute sia in termini sociali che ambientali: 3.400 occupati in più nel ciclo idrico e una riduzione di 211 milioni di m³ di prelievi di acqua per uso potabile.

Aumento di 8 Euro l'anno di per sé già contenuto che potrebbe essere azzerato se le perdite idriche venissero ridotte di soli 1,1 punti percentuali o se, ad esempio, gli italiani riducessero di circa 16 secondi la durata della doccia giornaliera!

Sia le tariffe attuali, sia l'eventuale minimo aumento descritto non devono però pesare su quelle famiglie che già soffrono la povertà energetica e sono messe allo stremo dagli elevati costi di gas e luce. Purtroppo, sempre secondo la survey, rimangono poco conosciuti gli strumenti di agevolazione economica previsti in bolletta per le fasce più vulnerabili della popolazione (**paradosso del bonus sconosciuto**): il bonus idrico e la possibilità di rateizzazione della bolletta risultano sconosciuti al 60% dei rispondenti, l'esistenza di tariffe agevolate a poco meno del 40%.

Nonostante oltre il 37% degli italiani non conoscano il proprio gestore e ancor più dimostrino scarsa consapevolezza del ruolo e dei compiti che svolge (**paradosso di "cosa c'è dietro l'acqua del rubinetto"**), questa disponibilità a pagare costituisce un importante punto di partenza. Sostenere la resilienza e l'ammodernamento della rete è ancora più urgente in un Paese sottoposto sempre più frequentemente a eventi climatici estremi come il lungo periodo siccitoso degli scorsi mesi di gennaio e febbraio.

Occorre accelerare questo fondamentale processo di transizione, aumentando la consapevolezza dell'urgenza degli interventi. La survey evidenzia come nei confronti del cambiamento climatico emerga infatti un approccio NIMBY (Not In My Back Yard) (**paradosso "NIMBY"**): gli italiani dichiarano che il cambiamento climatico è una priorità, ma considerano il problema ancora lontano dal proprio territorio.

Non è proprio così, come spiega **Luca Mercalli**, Presidente della Società Meteorologica Italiana: *"La siccità invernale 2021-22 mette in luce ancora una volta come gli estremi climatici possano rapidamente minacciare la disponibilità di acqua anche in territori che normalmente ne sono ricchi: il bacino del Po dopo oltre due mesi senza precipitazioni è in secca. Fortunatamente abbiamo ancora da giocare la carta delle piogge primaverili, in grado di colmare il deficit idrico, ma un anticiclone come quello che si è installato da dicembre sull'Europa occidentale, qualora si insediassero nei mesi estivi con l'agricoltura in attività, porterebbe temperature oltre i 40°C e uno stress idrico imponente. Prepararsi fin d'ora a un futuro climatico inedito è indispensabile"*.

Una bassa tariffa fa scendere la soglia d'attenzione e – nonostante l'utilizzo responsabile di acqua sia il terzo comportamento sostenibile più adottato dai cittadini – più di 2/3 sottostimano il proprio effettivo consumo giornaliero (**paradosso del consumatore attento**) con il conseguente protrarsi di abitudini errate che acutizzano lo stress idrico

del Paese. Un esempio per tutti: solo un cittadino su tre utilizza dispositivi di ottimizzazione dei consumi domestici.

*“Lo storico, recente inserimento della tutela dell’ambiente tra i principi fondamentali della Costituzione italiana introduce per la prima volta una visione di sviluppo sostenibile nella Costituzione, che tenga in considerazione le future generazioni e definisca con chiarezza la società che vogliamo diventare – afferma **Valerio De Molli**, Managing Partner & CEO di The European House – Ambrisetti – È una svolta epocale, che va nella direzione tracciata dal 2019 dalla Community Valore Acqua per l’Italia. Una filiera dell’acqua efficiente e sostenibile, infatti, deve essere in cima alle priorità italiane ed europee dei prossimi anni. La terza edizione del ‘Libro Bianco Valore Acqua per l’Italia’, che presenterò a Roma il prossimo 22 marzo, nell’ambito della Giornata Mondiale dell’Acqua, analizzerà lo stato dell’arte della gestione dell’acqua in Italia e condividerà un decalogo di proposte e azioni concrete per accelerare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili”.*

Ad oggi, sono *partner* della Community Valore Acqua per l’Italia A2A, ACEA, Acquedotto Pugliese, Celli Group, Hera, Iren, MM, SMAT, ANBI – Associazione Nazionale Consorzi di gestione e tutela del territorio e acque irrigue, Schneider Electric, SIT Group, Suez, SOTECO, RDR, Consorzio Idrico Terra di Lavoro, Brianzacque, Padania Acque, Maddalena, IWS, Fisia Italimpianti, SIAM, Alfa Varese, Irritec e Livenza Tagliamento Acque. I 24 Partner della 3^a edizione della Community rappresentano una quota significativa della filiera estesa dell’acqua in Italia: più di 10 miliardi di Euro di fatturato, oltre 14.000 occupati, 50% dei cittadini italiani serviti e 165.000 km di rete idrica (metà di quella italiana).



Gli italiani e l'acqua: otto paradossi che rallentano sviluppo e sostenibilità

Da una survey realizzata dall'Osservatorio della Community Valore Acqua per l'Italia di The European House – Ambrosetti sono emersi 8 paradossi sulla percezione dei cittadini sulla risorsa acqua



Ascolta la notizia in formato audio

Una risorsa tanto fondamentale quanto poco conosciuta: è questa la sintesi del rapporto tra i cittadini italiani e l'acqua, un bene prezioso, ma sempre più a rischio in un Paese come il nostro, il secondo più idrovoro d'Europa, in cui il 21% del territorio è a rischio desertificazione, ma che tuttavia si candida ad ospitare nel 2024 il X Water Forum, il più grande evento mondiale sull'acqua.

Da una survey nazionale somministrata a un campione di 1.000 cittadini italiani rappresentativi dell'universo nazionale per macro-area geografica, genere ed età dei rispondenti – realizzata dall'Osservatorio della Community Valore Acqua per l'Italia di The European House – Ambrosetti* – sono emersi ben 8 paradossi sulla percezione dei cittadini sulla risorsa acqua.

Dall'analisi emerge il tema del valore percepito dell'oro blu italiano: quasi 6 cittadini su 10 ritengono che l'attuale spesa in bolletta sia troppo onerosa, ma il paradosso della spesa troppo elevata mostra che l'Italia è uno dei Paesi con le tariffe più basse d'Europa (2,08 euro/m³ – dato medio nazionale) – che corrisponde alla metà di quella francese (4,08 euro/m³ – dato medio del Paese).

Per altro, più del 90% dei cittadini non è a conoscenza del costo reale, ritenendo di pagare troppo per il servizio (paradosso del costo dell'acqua). L'86% dei rispondenti sovrastima la propria spesa annua e quasi 1/3 dei rispondenti pensa di pagare circa il doppio in più rispetto alla spesa reale.



Considerando la media italiana, dalla survey emerge che solo il 29,3% dei cittadini beve abitualmente acqua del rubinetto, anche se si registrano rilevanti difformità tra i territori italiani con un progressivo cambio di abitudini a favore dell'acqua di rubinetto in alcune aree del Paese, a partire dal Centro Nord. Questo accade nonostante la qualità dell'acqua di rete sia tra le più alte in Europa (paradosso della scarsa fiducia dell'acqua del rubinetto). Così rimaniamo primi al Mondo per consumo di acqua in bottiglia: un dato stridente se consideriamo che 1 m³ di acqua di rete equivale a 2.000 bottiglie d'acqua da mezzo litro. Tradotto in cifre, supponendo un costo di 1 Euro a bottiglia da mezzo litro, scegliamo di spendere circa 2.000 Euro, piuttosto che 2,08 Euro (pari al costo di 1 m³ di acqua di rete, peraltro di ottima qualità).

È però alta la consapevolezza della necessità di ridurre l'impatto ambientale del servizio (es. riduzione delle perdite di rete, miglioramento qualitativo della depurazione, ammodernamento della rete infrastrutturale) come dimostrato dalla survey: più della metà dei cittadini sarebbe disposta a sostenere un piccolo aumento in bolletta per rendere il servizio più efficiente e sostenibile (paradosso della disponibilità a pagare) e l'83% di questi rispondenti dichiara una disponibilità a pagare tra i 5 e gli 11 Euro in più all'anno per agevolare interventi di efficientamento e di risparmio idrico.

Un dato da non sottovalutare perché, secondo l'Osservatorio Valore Acqua, un aumento delle tariffe di soli 10 centesimi a m³, pari a 8 Euro in più all'anno per famiglia media ISTAT, si tradurrebbe in 900 milioni di Euro addizionali di Valore Aggiunto e 400 milioni di investimenti aggiuntivi (fondamentale in un Paese che investe 46 Euro per abitante all'anno nel settore idrico, quasi la metà dei 90 Euro della Francia e dei 92 Euro della Germania e un terzo dei 135 Euro per abitante del Regno Unito). Con ricadute sia in termini sociali che ambientali: 3.400 occupati in più nel ciclo idrico e una riduzione di 211 milioni di m³ di prelievi di acqua per uso potabile.



Aumento di 8 Euro l'anno di per sé già contenuto che potrebbe essere azzerato se le perdite idriche venissero ridotte di soli 1,1 punti percentuali o se, ad esempio, gli italiani riducessero di circa 16 secondi la durata della doccia giornaliera.

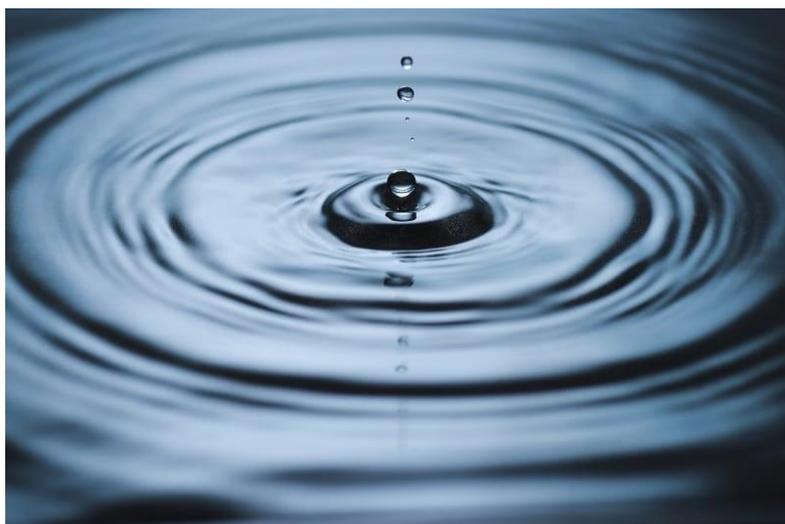
Sia le tariffe attuali, sia l'eventuale minimo aumento descritto non devono però pesare su quelle famiglie che già soffrono la povertà energetica e sono messe allo stremo dagli elevati costi di gas e luce. Purtroppo, sempre secondo la survey, rimangono poco conosciuti gli strumenti di agevolazione economica previsti in bolletta per le fasce più vulnerabili della popolazione (paradosso del bonus sconosciuto): il bonus idrico e la possibilità di rateizzazione della bolletta risultano sconosciuti al 60% dei rispondenti, l'esistenza di tariffe agevolate a poco meno del 40%.

Nonostante oltre il 37% degli italiani non conoscano il proprio gestore e ancor più dimostrino scarsa consapevolezza del ruolo e dei compiti che svolge (paradosso di "cosa c'è dietro l'acqua del rubinetto"), questa disponibilità a pagare costituisce un importante punto di partenza. Sostenere la resilienza e l'ammodernamento della rete è ancora più urgente in un Paese sottoposto sempre più frequentemente a eventi climatici estremi come il lungo periodo siccitoso degli scorsi mesi di gennaio e febbraio.

Occorre accelerare questo fondamentale processo di transizione, aumentando la consapevolezza dell'urgenza degli interventi. La survey evidenzia come nei confronti del cambiamento climatico emerga infatti un approccio NIMBY (Not In My Back Yard) (paradosso "NIMBY"): gli italiani dichiarano che il cambiamento climatico è una priorità, ma considerano il problema ancora lontano dal proprio territorio.

Non è proprio così, come spiega Luca Mercalli, Presidente della Società Meteorologica Italiana: "La siccità invernale 2021-22 mette in luce ancora una volta come gli estremi climatici possano rapidamente minacciare la disponibilità di acqua anche in territori che normalmente ne sono ricchi: il bacino del Po dopo oltre due mesi senza precipitazioni è in secca. Fortunatamente abbiamo ancora da giocare la carta delle piogge primaverili, in grado di colmare il deficit idrico, ma un anticiclone come quello che si è installato da dicembre sull'Europa occidentale, qualora si insediassero nei mesi estivi con l'agricoltura in attività, porterebbe temperature oltre i 40°C e uno stress idrico imponente. Prepararsi fin d'ora a un futuro climatico inedito è indispensabile".

Una bassa tariffa fa scendere la soglia d'attenzione e – nonostante l'utilizzo responsabile di acqua sia il terzo comportamento sostenibile più adottato dai cittadini – più di 2/3 sottostimano il proprio effettivo consumo giornaliero (paradosso del consumatore attento) con il conseguente protrarsi di abitudini errate che acutizzano lo stress idrico del Paese. Un esempio per tutti: solo un cittadino su tre utilizza dispositivi di ottimizzazione dei consumi domestici.



“Lo storico, recente inserimento della tutela dell'ambiente tra i principi fondamentali della Costituzione italiana introduce per la prima volta una visione di sviluppo sostenibile nella Costituzione, che tenga in considerazione le future generazioni e definisca con chiarezza la società che vogliamo diventare – afferma Valerio De Molli, Managing Partner & CEO di The European House – Ambrosetti – È una svolta epocale, che va nella direzione tracciata dal 2019 dalla Community Valore Acqua per l'Italia. Una filiera dell'acqua efficiente e sostenibile, infatti, deve essere in cima alle priorità italiane ed europee dei prossimi anni. La terza edizione del 'Libro Bianco Valore Acqua per l'Italia', che presenterò a Roma il prossimo 22 marzo, nell'ambito della Giornata Mondiale dell'Acqua, analizzerà lo stato dell'arte della gestione dell'acqua in Italia e condividerà un decalogo di proposte e azioni concrete per accelerare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili”.

* Ad oggi, sono partner della Community Valore Acqua per l'Italia A2A, ACEA, Acquedotto Pugliese, Celli Group, Hera, Iren, MM, SMAT, ANBI – Associazione Nazionale Consorzi di gestione e tutela del territorio e acque irrigue, Schneider Electric, SIT, Suez, SOTECO, RDR, Consorzio Idrico Terra di Lavoro, Brianzacque, Padania Acque, Maddalena, IWS, Fisia Italimpianti, SIAM, Alfa Varese, Irritec e Livenza Tagliamento Acque. I 24 Partner della 3a edizione della Community rappresentano una quota significativa della filiera estesa dell'acqua in Italia: più di 10 miliardi di Euro di fatturato, oltre 14.000 occupati, 50% dei cittadini italiani serviti e 165.000 km di rete idrica (metà di quella italiana).

Questo articolo ha una valutazione media di: Ancora nessun voto.

Autore articolo:

Redazione Altri articoli:

Puoi usare i filtri dei menu a tendina per selezionare gli autori o le categorie o fare una ricerca libera.

All'Angela PetroccioneDavide Di VietroFabio RussoRedazione 7 Horecanewsinnmorfeo
RedazioneRedazione 2Redazione 3Redazione 4Redazione 5Rosaria CastaldoSimona
RicciValentina Masotti





News

[Gli italiani e l'acqua: gli otto paradossi che rallentano sviluppo e sostenibilità](#)

Publicato: Giovedì, 24 Febbraio 2022 09:00



Una risorsa tanto fondamentale quanto poco conosciuta.

È la sintesi del rapporto tra i cittadini italiani e l'acqua, un bene prezioso, ma sempre più a rischio in un Paese come il nostro, il secondo più idrovaro d'Europa, in cui il 21% del territorio è a rischio desertificazione, ma che tuttavia si candida ad ospitare nel 2024 il X Water Forum, il più grande evento mondiale sull'acqua.

Da una survey nazionale somministrata a un campione di 1.000 cittadini italiani rappresentativi dell'universo nazionale per macro-area geografica, genere ed età dei rispondenti - realizzata dall'Osservatorio della Community Valore Acqua per l'Italia di **The European House – Ambrosetti** * - sono emersi ben 8 paradossi sulla percezione dei cittadini sulla risorsa acqua.

Dall'analisi emerge il tema del valore percepito dell'oro blu italiano: quasi 6 cittadini su 10 ritengono che l'attuale spesa in bolletta sia troppo onerosa, ma il paradosso della spesa troppo elevata mostra che l'Italia è uno dei Paesi con le tariffe più basse d'Europa (2,08 euro/m³ – dato medio nazionale) – che corrisponde alla metà di quella francese (4,08 euro/m³ – dato medio del Paese).

Per altro, più del 90% dei cittadini non è a conoscenza del costo reale, ritenendo di pagare troppo per il servizio (paradosso del costo dell'acqua). L'86% dei rispondenti sovrastima la propria spesa annua e quasi 1/3 dei rispondenti pensa di pagare circa il doppio in più rispetto alla spesa reale.

Considerando la media italiana, dalla survey emerge che solo il 29,3% dei cittadini beve abitualmente acqua del rubinetto, anche se si registrano rilevanti difformità tra i territori italiani con un progressivo cambio di abitudini a favore dell'acqua di rubinetto in alcune aree del Paese, a partire dal Centro Nord. Questo accade nonostante la qualità dell'acqua di rete sia tra le più alte in Europa (paradosso della scarsa fiducia dell'acqua del rubinetto). Così rimaniamo primi al Mondo per consumo di acqua in bottiglia: un dato stridente se consideriamo che 1 m³ di acqua di rete equivale a 2.000 bottiglie d'acqua da mezzo litro.

Tradotto in cifre, supponendo un costo di 1 euro a bottiglia da mezzo litro, scegliamo di spendere circa 2.000 euro, piuttosto che 2,08 euro (pari al costo di 1 m³ di acqua di rete, peraltro di ottima qualità).

È però alta la consapevolezza della necessità di ridurre l'impatto ambientale del servizio (es. riduzione delle perdite di rete, miglioramento qualitativo della depurazione, ammodernamento della rete infrastrutturale) come dimostrato dalla survey: più della metà dei cittadini sarebbe disposta a sostenere un piccolo aumento in bolletta per rendere il servizio più efficiente e sostenibile (paradosso della disponibilità a pagare) e l'83% di questi rispondenti dichiara una disponibilità a pagare tra i 5 e gli 11 Euro in più

all'anno per agevolare interventi di efficientamento e di risparmio idrico.

Un dato da non sottovalutare perché, secondo l'Osservatorio Valore Acqua, un aumento delle tariffe di soli 10 centesimi a m³, pari a 8 euro in più all'anno per famiglia media ISTAT, si tradurrebbe in 900 milioni di Euro addizionali di Valore Aggiunto e 400 milioni di investimenti aggiuntivi (fondamentale in un Paese che investe 46 Euro per abitante all'anno nel settore idrico, quasi la metà dei 90 Euro della Francia e dei 92 Euro della Germania e un terzo dei 135 Euro per abitante del Regno Unito). Con ricadute sia in termini sociali che ambientali: 3.400 occupati in più nel ciclo idrico e una riduzione di 211 milioni di m³ di prelievi di acqua per uso potabile. Aumento di 8 Euro l'anno di per sé già contenuto che potrebbe essere azzerato se le perdite idriche venissero ridotte di soli 1,1 punti percentuali o se, ad esempio, gli italiani riducessero di circa 16 secondi la durata della doccia giornaliera! Sia le tariffe attuali, sia l'eventuale minimo aumento descritto non devono però pesare su quelle famiglie che già soffrono la povertà energetica e sono messe allo stremo dagli elevati costi di gas e luce. Purtroppo, sempre secondo la survey, rimangono poco conosciuti gli strumenti di agevolazione economica previsti in bolletta per le fasce più vulnerabili della popolazione (paradosso del bonus sconosciuto): il bonus idrico e la possibilità di rateizzazione della bolletta risultano sconosciuti al 60% dei rispondenti, l'esistenza di tariffe agevolate a poco meno del 40%.

Nonostante oltre il 37% degli italiani non conoscano il proprio gestore e ancor più dimostrino scarsa consapevolezza del ruolo e dei compiti che svolge (paradosso di "cosa c'è dietro l'acqua del rubinetto"), questa disponibilità a pagare costituisce un importante punto di partenza. Sostenere la resilienza e l'ammodernamento della rete è ancora più urgente in un Paese sottoposto sempre più frequentemente a eventi climatici estremi come il lungo periodo siccitoso degli scorsi mesi di gennaio e febbraio.

Occorre accelerare questo fondamentale processo di transizione, aumentando la consapevolezza dell'urgenza degli interventi. La survey evidenzia come nei confronti del cambiamento climatico emerga infatti un approccio NIMBY (Not In My Back Yard) (paradosso "NIMBY"): gli italiani dichiarano che il cambiamento climatico è una priorità, ma considerano il problema ancora lontano dal proprio territorio. Non è proprio così, come spiega **Luca Mercalli**, Presidente della Società Meteorologica Italiana: "La siccità invernale 2021-22 mette in luce ancora una volta come gli estremi climatici possano rapidamente minacciare la disponibilità di acqua anche in territori che normalmente ne sono ricchi: il bacino del Po dopo oltre due mesi senza precipitazioni è in secca. Fortunatamente abbiamo ancora da giocare la carta delle piogge primaverili, in grado di colmare il deficit idrico, ma un anticiclone come quello che si è installato da dicembre sull'Europa occidentale, qualora si insediasse nei mesi estivi con l'agricoltura in attività, porterebbe temperature oltre i 40°C e uno stress idrico imponente. Prepararsi fin d'ora a un futuro climatico inedito è indispensabile".

Una bassa tariffa fa scendere la soglia d'attenzione e – nonostante l'utilizzo responsabile di acqua sia il terzo comportamento sostenibile più adottato dai cittadini – più di 2/3 sottostimano il proprio effettivo consumo giornaliero (paradosso del consumatore attento) con il conseguente protrarsi di abitudini errate che acutizzano lo stress idrico del Paese. Un esempio per tutti: solo un cittadino su tre utilizza dispositivi di ottimizzazione dei consumi domestici.

"Lo storico, recente inserimento della tutela dell'ambiente tra i principi fondamentali della Costituzione italiana introduce per la prima volta una visione di sviluppo sostenibile nella Costituzione, che tenga in considerazione le future generazioni e definisca con chiarezza la società che vogliamo diventare – afferma **Valerio De Molli**, Managing Partner & CEO di The European House - Ambrisetti – È una svolta epocale, che va nella direzione tracciata dal 2019 dalla Community Valore Acqua per l'Italia. Una filiera dell'acqua efficiente e sostenibile, infatti, deve essere in cima alle priorità italiane ed

europee dei prossimi anni. La terza edizione del 'Libro Bianco Valore Acqua per l'Italia', che presenterò a Roma il prossimo 22 marzo, nell'ambito della Giornata Mondiale dell'Acqua, analizzerà lo stato dell'arte della gestione dell'acqua in Italia e condividerà un decalogo di proposte e azioni concrete per accelerare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili”.

* Ad oggi, sono partner della Community Valore Acqua per l'Italia A2A, ACEA, Acquedotto Pugliese, Celli Group, Hera, Iren, MM, SMAT, ANBI – Associazione Nazionale Consorzi di gestione e tutela del territorio e acque irrigue, Schneider Electric, SIT Group, Suez, SOTECO, RDR, Consorzio Idrico Terra di Lavoro, Brianzacque, Padania Acque, Maddalena, IWS, Fisia Italimpianti, SIAM, Alfa Varese, Irritec e Livenza Tagliamento Acque. I 24 Partner della 3a edizione della Community rappresentano una quota significativa della filiera estesa dell'acqua in Italia: più di 10 miliardi di Euro di fatturato, oltre 14.000 occupati, 50% dei cittadini italiani serviti e 165.000 km di rete idrica (metà di quella italiana).



Gli italiani e l'acqua, risorsa fondamentale e poco conosciuta. Gli otto paradossi che rallentano sviluppo e sostenibilità

[FOODE SOSTENIBILITÀ](#)

Pubblicato
31 minuti fa



Una risorsa tanto fondamentale quanto poco conosciuta. È questa la sintesi del rapporto tra i cittadini italiani e l'acqua, un bene prezioso, ma sempre più a rischio in un Paese come il nostro, il secondo più idrovoro d'Europa, in cui il 21% del territorio è a rischio desertificazione, ma che tuttavia si candida ad ospitare nel **2024 il X Water Forum**, il più grande evento mondiale sull'acqua.

Da una **survey nazionale somministrata a un campione di 1.000 cittadini italiani** rappresentativi dell'universo nazionale per macro-area geografica, genere ed età dei rispondenti – realizzata dall'Osservatorio della Community Valore Acqua per l'Italia di The European House – Ambrosetti* – **sono emersi ben 8 paradossi sulla percezione dei cittadini sulla risorsa acqua** (survey consultabile al link <https://eventi.ambrosetti.eu/valoreacqua2022/conferenza-stampa/>).

Dall'analisi emerge il tema del valore percepito dell'oro blu italiano: quasi 6 cittadini su 10 ritengono che l'attuale spesa in bolletta sia troppo onerosa, ma il **paradosso della spesa troppo elevata** mostra che l'Italia è uno dei Paesi con le tariffe più basse d'Europa (2,08 euro/m³ – dato medio nazionale) – che corrisponde alla metà di quella francese (4,08 euro/m³ – dato medio del Paese).

Per altro, più del 90% dei cittadini non è a conoscenza del costo reale, ritenendo di pagare troppo per il servizio (**paradosso del costo dell'acqua**). L'86% dei rispondenti sovrastima la propria spesa annua e quasi 1/3 dei rispondenti pensa di pagare circa il doppio in più rispetto alla spesa reale.

Considerando la media italiana, dalla *survey* emerge che solo il 29,3% dei cittadini beve

abituamente acqua del rubinetto, anche se si registrano rilevanti difformità tra i territori italiani con un progressivo cambio di abitudini a favore dell'acqua di rubinetto in alcune aree del Paese, a partire dal Centro Nord. Questo accade nonostante la qualità dell'acqua di rete sia tra le più alte in Europa (**paradosso della scarsa fiducia dell'acqua del rubinetto**). Così rimaniamo primi al Mondo per consumo di acqua in bottiglia: un dato stridente se consideriamo che 1 m³ di acqua di rete equivale a 2.000 bottiglie d'acqua da mezzo litro.

Tradotto in cifre, supponendo un costo di 1 euro a bottiglia da mezzo litro, scegliamo di spendere circa 2.000 euro, piuttosto che 2,08 euro (pari al costo di 1 m³ di acqua di rete, peraltro di ottima qualità).

È però alta la consapevolezza della necessità di ridurre l'impatto ambientale del servizio (es. riduzione delle perdite di rete, miglioramento qualitativo della depurazione, ammodernamento della rete infrastrutturale) come dimostrato dalla survey: più della metà dei cittadini sarebbe disposta a sostenere un piccolo aumento in bolletta per rendere il servizio più efficiente e sostenibile (**paradosso della disponibilità a pagare**) e l'83% di questi rispondenti dichiara una disponibilità a pagare tra i 5 e gli 11 Euro in più all'anno per agevolare interventi di efficientamento e di risparmio idrico.

Un dato da non sottovalutare perché, secondo l'Osservatorio Valore Acqua, un aumento delle tariffe di soli 10 centesimi a m³, pari a 8 euro in più all'anno per famiglia media ISTAT, si tradurrebbe in 900 milioni di Euro addizionali di Valore Aggiunto e 400 milioni di investimenti aggiuntivi (fondamentale in un Paese che investe 46 Euro per abitante all'anno nel settore idrico, quasi la metà dei 90 Euro della Francia e dei 92 Euro della Germania e un terzo dei 135 Euro per abitante del Regno Unito). Conricadute sia in termini sociali che ambientali: 3.400 occupati in più nel ciclo idrico e una riduzione di 211 milioni di m³ di prelievi di acqua per uso potabile.

Aumento di 8 Euro l'anno di per sé già contenuto che potrebbe essere azzerato se le perdite idriche venissero ridotte di soli 1,1 punti percentuali o se, ad esempio, gli italiani riducessero di circa 16 secondi la durata della doccia giornaliera!

Sia le tariffe attuali, sia l'eventuale minimo aumento descritto non devono però pesare su quelle famiglie che già soffrono la povertà energetica e sono messe allo stremo dagli elevati costi di gas e luce. Purtroppo, sempre secondo la survey, rimangono poco conosciuti gli strumenti di agevolazione economica previsti in bolletta per le fasce più vulnerabili della popolazione (**paradosso del bonus sconosciuto**): il bonus idrico e la possibilità di rateizzazione della bolletta risultano sconosciuti al 60% dei rispondenti, l'esistenza di tariffe agevolate a poco meno del 40%.

Nonostante oltre il 37% degli italiani non conoscano il proprio gestore e ancor più dimostrino scarsa consapevolezza del ruolo e dei compiti che svolge (**paradosso di "cosa c'è dietro l'acqua del rubinetto"**), questa disponibilità a pagare costituisce un importante punto di partenza. Sostenere la resilienza e l'ammodernamento della rete è ancora più urgente in un Paese sottoposto sempre più frequentemente a eventi climatici estremi come il lungo periodo siccitoso degli scorsi mesi di gennaio e febbraio.

Occorre accelerare questo fondamentale processo di transizione, aumentando la consapevolezza dell'urgenza degli interventi. La survey evidenzia come nei confronti del cambiamento climatico emerga infatti un approccio NIMBY (Not In My Back Yard) (**paradosso "NIMBY"**): gli italiani dichiarano che il cambiamento climatico è una priorità, ma considerano il problema ancora lontano dal proprio territorio.

Non è proprio così, come spiega **Luca Mercalli**, Presidente della Società Meteorologica Italiana: *"La siccità invernale 2021-22 mette in luce ancora una volta come gli estremi climatici possano rapidamente minacciare la disponibilità di acqua anche in territori che normalmente ne sono ricchi: il bacino del Po dopo oltre due mesi senza precipitazioni è*

in secca. Fortunatamente abbiamo ancora da giocare la carta delle piogge primaverili, in grado di colmare il deficit idrico, ma un anticiclone come quello che si è installato da dicembre sull'Europa occidentale, qualora si insediasse nei mesi estivi con l'agricoltura in attività, porterebbe temperature oltre i 40°C e uno stress idrico imponente. Prepararsi fin d'ora a un futuro climatico inedito è indispensabile”.

Una bassa tariffa fa scendere la soglia d'attenzione e – nonostante l'utilizzo responsabile di acqua sia il terzo comportamento sostenibile più adottato dai cittadini – più di 2/3 sottostimano il proprio effettivo consumo giornaliero (**paradosso del consumatore attento**) con il conseguente protrarsi di abitudini errate che acutizzano lo stress idrico del Paese. Un esempio per tutti: solo un cittadino su tre utilizza dispositivi di ottimizzazione dei consumi domestici.

*“Lo storico, recente inserimento della tutela dell'ambiente tra i principi fondamentali della Costituzione italiana introduce per la prima volta una visione di sviluppo sostenibile nella Costituzione, che tenga in considerazione le future generazioni e definisca con chiarezza la società che vogliamo diventare – afferma **Valerio De Molli**, Managing Partner & CEO di The European House – Ambrisetti – È una svolta epocale, che va nella direzione tracciata dal 2019 dalla Community Valore Acqua per l'Italia. Una filiera dell'acqua efficiente e sostenibile, infatti, deve essere in cima alle priorità italiane ed europee dei prossimi anni. La terza edizione del 'Libro Bianco Valore Acqua per l'Italia', che presenterò a Roma il prossimo 22 marzo, nell'ambito della Giornata Mondiale dell'Acqua, analizzerà lo stato dell'arte della gestione dell'acqua in Italia e condividerà un decalogo di proposte e azioni concrete per accelerare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili”.*

* Ad oggi, sono *partner* della Community Valore Acqua per l'Italia A2A, ACEA, Acquedotto Pugliese, Celli Group, Hera, Iren, MM, SMAT, ANBI – Associazione Nazionale Consorzi di gestione e tutela del territorio e acque irrigue, Schneider Electric, SIT Group, Suez, SOTECO, RDR, Consorzio Idrico Terra di Lavoro, Brianzacque, Padania Acque, Maddalena, IWS, Fisia Italimpianti, SIAM, Alfa Varese, Irritec e Livenza Tagliamento Acque. I 24 Partner della 3^a edizione della Community rappresentano una quota significativa della filiera estesa dell'acqua in Italia: più di 10 miliardi di Euro di fatturato, oltre 14.000 occupati, 50% dei cittadini italiani serviti e 165.000 km di rete idrica (metà di quella italiana).



L'Acqua, un Bene Prezioso che gli Italiani Conoscono Poco. I Paradossi sulla Percezione dei Cittadini Rispetto alle Risorse Idriche. Survey di "The European House Ambrosetti"



Milano - Una risorsa tanto fondamentale quanto poco conosciuta. È questa la sintesi del rapporto tra i cittadini italiani e l'acqua, un bene prezioso, ma sempre più a rischio in un Paese come il nostro, il secondo più idrovoro d'Europa, in cui il 21% del territorio è a rischio desertificazione, ma che tuttavia si candida ad ospitare nel 2024 il X Water Forum, il più grande evento mondiale sull'acqua.

Da una survey nazionale somministrata a un campione di 1.000 cittadini italiani rappresentativi dell'universo nazionale per macro-area geografica, genere ed età dei rispondenti - realizzata dall'Osservatorio della Community Valore Acqua per l'Italia di The European House – Ambrosetti* - sono emersi ben 8 paradossi sulla percezione dei cittadini sulla risorsa acqua (survey consultabile al link <https://eventi.ambrosetti.eu/valoreacqua2022/conferenza-stampa/>).

Dall'analisi emerge il tema del valore percepito dell'oro blu italiano: quasi 6 cittadini su 10 ritengono che l'attuale spesa in bolletta sia troppo onerosa, ma il paradosso della spesa troppo elevata mostra che l'Italia è uno dei Paesi con le tariffe più basse d'Europa (2,08 euro/m³ – dato medio nazionale) – che corrisponde alla metà di quella francese (4,08 euro/m³ – dato medio del Paese).

Per altro, più del 90% dei cittadini non è a conoscenza del costo reale, ritenendo di pagare troppo per il servizio (paradosso del costo dell'acqua). L'86% dei rispondenti sovrastima la propria spesa annua e quasi 1/3 dei rispondenti pensa di pagare circa il doppio in più rispetto alla spesa reale.

Considerando la media italiana, dalla survey emerge che solo il 29,3% dei cittadini beve abitualmente acqua del rubinetto, anche se si registrano rilevanti difformità tra i territori italiani con un progressivo cambio di abitudini a favore dell'acqua di rubinetto in alcune aree del Paese, a partire dal Centro Nord. Questo accade nonostante la qualità dell'acqua di rete sia tra le più alte in Europa (paradosso della scarsa fiducia dell'acqua del rubinetto). Così rimaniamo primi al Mondo per consumo di acqua in bottiglia: un dato

stridente se consideriamo che 1 m³ di acqua di rete equivale a 2.000 bottiglie d'acqua da mezzo litro. Tradotto in cifre, supponendo un costo di 1 euro a bottiglia da mezzo litro, scegliamo di spendere circa 2.000 euro, piuttosto che 2,08 euro (pari al costo di 1 m³ di acqua di rete, peraltro di ottima qualità).

È però alta la consapevolezza della necessità di ridurre l'impatto ambientale del servizio (es. riduzione delle perdite di rete, miglioramento qualitativo della depurazione, ammodernamento della rete infrastrutturale) come dimostrato dalla survey: più della metà dei cittadini sarebbe disposta a sostenere un piccolo aumento in bolletta per rendere il servizio più efficiente e sostenibile

(paradosso della disponibilità a pagare) e l'83% di questi rispondenti dichiara una disponibilità a pagare tra i 5 e gli 11 Euro in più all'anno per agevolare interventi di efficientamento e di risparmio idrico.

Un dato da non sottovalutare perché, secondo l'Osservatorio Valore Acqua, un aumento delle tariffe di soli 10 centesimi a m³, pari a 8 euro in più all'anno per famiglia media ISTAT, si tradurrebbe in 900 milioni di Euro addizionali di Valore Aggiunto e 400 milioni di investimenti aggiuntivi (fondamentale in un Paese che investe 46 Euro per abitante all'anno nel settore idrico, quasi la metà dei 90 Euro della Francia e dei 92 Euro della Germania e un terzo dei 135 Euro per abitante del Regno Unito). Con ricadute sia in termini sociali che ambientali: 3.400 occupati in più nel ciclo idrico e una riduzione di 211 milioni di m³ di prelievi di acqua per uso potabile.

Aumento di 8 Euro l'anno di per sé già contenuto che potrebbe essere azzerato se le perdite idriche venissero ridotte di soli 1,1 punti percentuali o se, ad esempio, gli italiani riducessero di circa 16 secondi la durata della doccia giornaliera!

Sia le tariffe attuali, sia l'eventuale minimo aumento descritto non devono però pesare su quelle famiglie che già soffrono la povertà energetica e sono messe allo stremo dagli elevati costi di gas e luce. Purtroppo, sempre secondo la survey, rimangono poco conosciuti gli strumenti di agevolazione economica previsti in bolletta per le fasce più vulnerabili della popolazione

(paradosso del bonus sconosciuto) : il bonus idrico e la possibilità di rateizzazione della bolletta risultano sconosciuti al 60% dei rispondenti, l'esistenza di tariffe agevolate a poco meno del 40%.

Nonostante oltre il 37% degli italiani non conoscano il proprio gestore e ancor più dimostrino scarsa consapevolezza del ruolo e dei compiti che svolge (paradosso di "cosa c'è dietro l'acqua del rubinetto"), questa disponibilità a pagare costituisce un importante punto di partenza. Sostenere la resilienza e l'ammodernamento della rete è ancora più urgente in un Paese sottoposto sempre più frequentemente a eventi climatici estremi come il lungo periodo siccitoso degli scorsi mesi di gennaio e febbraio.

Occorre accelerare questo fondamentale processo di transizione, aumentando la consapevolezza dell'urgenza degli interventi. La survey evidenzia come nei confronti del cambiamento climatico emerga infatti un approccio NIMBY (Not In My Back Yard)

(paradosso "NIMBY") : gli italiani dichiarano che il cambiamento climatico è una priorità, ma considerano il problema ancora lontano dal proprio territorio.

Non è proprio così, come spiega Luca Mercalli, Presidente della Società Meteorologica Italiana: "La siccità invernale 2021-22 mette in luce ancora una volta come gli estremi climatici possano rapidamente minacciare la disponibilità di acqua anche in territori che normalmente ne sono ricchi: il bacino del Po dopo oltre due mesi senza precipitazioni è in secca. Fortunatamente abbiamo ancora da giocare la carta delle piogge primaverili, in grado di colmare il deficit idrico, ma un anticiclone come quello che si è installato da dicembre sull'Europa occidentale, qualora si insediassero nei mesi estivi con l'agricoltura

in attività, porterebbe temperature oltre i 40°C e uno stress idrico imponente. Prepararsi fin d'ora a un futuro climatico inedito è indispensabile”.

Una bassa tariffa fa scendere la soglia d'attenzione e – nonostante l'utilizzo responsabile di acqua sia il terzo comportamento sostenibile più adottato dai cittadini – più di 2/3 sottostimano il proprio effettivo consumo giornaliero (paradosso del consumatore attento) con il conseguente protrarsi di abitudini errate che acutizzano lo stress idrico del Paese. Un esempio per tutti: solo un cittadino su tre utilizza dispositivi di ottimizzazione dei consumi domestici.

“ Lo storico, recente inserimento della tutela dell'ambiente tra i principi fondamentali della Costituzione italiana introduce per la prima volta una visione di sviluppo sostenibile nella Costituzione, che tenga in considerazione le future generazioni e definisca con chiarezza la società che vogliamo diventare – afferma Valerio De Molli, Managing Partner & CEO di The European House - Ambrisetti – È una svolta epocale, che va nella direzione tracciata dal 2019 dalla Community Valore Acqua per l'Italia. Una filiera dell'acqua efficiente e sostenibile, infatti, deve essere in cima alle priorità italiane ed europee dei prossimi anni. La terza edizione del 'Libro Bianco Valore Acqua per l'Italia', che presenterò a Roma il prossimo 22 marzo, nell'ambito della Giornata Mondiale dell'Acqua, analizzerà lo stato dell'arte della gestione dell'acqua in Italia e condividerà un decalogo di proposte e azioni concrete per accelerare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili ”.

Ad oggi, sono partner della Community Valore Acqua per l'Italia A2A, ACEA, Acquedotto Pugliese, Celli Group, Hera, Iren, MM, SMAT, ANBI – Associazione Nazionale Consorzi di gestione e tutela del territorio e acque irrigue, Schneider Electric, SIT Group, Suez, SOTECO, RDR, Consorzio Idrico Terra di Lavoro, Brianzacque, Padania Acque, Maddalena, IWS, Fisia Italimpianti, SIAM, Alfa Varese, Irritec e Livenza Tagliamento Acque. I 24 Partner della 3 a edizione della Community rappresentano una quota significativa della filiera estesa dell'acqua in Italia: più di 10 miliardi di Euro di fatturato, oltre 14.000 occupati, 50% dei cittadini italiani serviti e 165.000 km di rete idrica (metà di quella italiana).

Per info: <https://eventi.ambrosetti.eu/valoreacqua2022/conferenza-stampa/>

www.AgenziaOmniapress.com - 23.2.2022)



Mauro Gallavotti (Ceo Gruppo Celli): "Necessario ripensare in chiave smart tutti gli elementi che costituiscono le nostre società"



- di: Redazione L'indispensabilità di erogatori dell'acqua di rete innovativi per rendere 'smart' gli edifici e le città, la battaglia per avere gli incentivi destinati a favorire interventi di efficientamento idrico degli edifici con vasti benefici ambientali, sociali ed economici, l'impatto potente dell'innovazione digitale sia in termini di 'drinking experience' per i consumatori e di 'brand experience' per i produttori. Questo ed altro nell'intervista a Mauro Gallavotti, Ceo del Gruppo Celli, leader globale del settore

Intervista al Ceo del Gruppo Celli, Mauro Gallavotti

The European House - Ambrosetti ha realizzato lo studio 'Smart Home 5.0.' Quali ricadute economiche, sociali e ambientali dell'installazione di erogatori di acqua di rete negli edifici residenziali italiani, promosso da Celli Group, che è leader globale nel settore di impianti di spillatura e refrigerazione per l'erogazione di bevande e che vanta Acqua Alma, il brand portabandiera della sostenibilità dedicato alla valorizzazione dell'acqua di rete, attraverso impianti di microfiltrazione che la rendono buona, rispettata, controllata. Dallo studio emerge che gli erogatori di acqua di rete nei condomini rappresentano un pilastro chiave della nuova 'Smart Home 5.0'. Dottor Gallavotti, quali sono i loro principali benefici ambientali, economici e sociali e qual è il vostro ruolo in una partita così importante?

Il consumo della risorsa acqua si basa su un modello non più sostenibile: al 2° posto in Europa per prelievi di acqua ad uso potabile -153 m3 annui pro-capite, il doppio della media europea - e 1° Paese al mondo per consumi di acqua minerale in bottiglia - con 8 miliardi di bottiglie di plastica consumate ogni anno, di cui solo un terzo riciclabile - l'Italia negli ultimi 50 anni ha avuto investimenti pubblicitari in brand di acqua minerale tra i più alti al mondo, e questa è una delle cause dello squilibrio nei consumi di acqua. Per

sostenere una cultura dell'acqua nuova, il Gruppo Celli ha scelto di aderire alla Community Valore Acqua per l'Italia promuovendo studi come questo, da cui emerge chiaramente che l'installazione di erogatori negli edifici italiani comporterebbe un risparmio annuo di 966 milioni di Euro per il Sistema-Paese. Anche le ricadute a livello ambientale sono impattanti: se ne installassimo uno in ogni condominio otterremmo una riduzione dei rifiuti in plastica (138.000 tonnellate in meno, circa il 7% del totale), del costo di gestione dei rifiuti stessi (risparmio di quasi 50 milioni di Euro) e dell'impatto ambientale legato al ciclo di vita delle bottiglie di acqua minerale (pari a circa 1 milione di tonnellate di CO2 equivalente evitate, il 3% di tutte le emissioni industriali italiane, con un risparmio economico di 228 milioni di Euro). Infine, a livello sociale grazie all'elevato livello di digitalizzazione e innovazione tecnologica degli impianti, per ogni occupato generato da Celli Group se ne generano 2,25 addizionali nell'intera economia e per ogni Euro investito se ne generano altri 1,70 Euro.

Nonostante gli evidenti benefici, permane una quasi totale assenza a livello europeo e nazionale di fondi per favorire interventi di efficientamento idrico degli edifici. Allo stesso modo, a livello regionale e comunale, non esiste ancora un'attenzione rilevante sul tema. A suo parere ci sono spazi, nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), per colmare questa lacuna che costerebbe cara all'ambiente e agli utenti?

Stiamo assistendo ad una crescente sensibilizzazione - anche della comunità politica - ai temi di efficienza idrica, anche se al momento il PNRR non esprime nulla di concreto: il ruolo della Community Valore Acqua è proprio quello di svolgere un'attività di advocacy per sensibilizzare sempre di più le istituzioni e la politica su questi tematiche che devono essere considerate impattanti tanto quanto i molto discussi temi della mobilità e della digitalizzazione connesse al concetto di smart city.

Appare evidente l'urgenza di fare della riconversione delle nostre città e del parco immobiliare italiano in ottica smart una delle priorità dei prossimi anni in un Paese in cui un quinto del patrimonio immobiliare ha più di 75 anni e più della metà oltre 40 anni e gli immobili rappresentano la prima voce di investimento delle famiglie italiane. Ed è altrettanto evidente che ciò non può prescindere da una corretta valorizzazione della risorsa acqua. Quali sono gli ostacoli culturali che non hanno finora permesso di vedere tali evidenze? In questo contesto, il Gruppo Celli come si è attrezzato tecnicamente per dare un contributo essenziale a un'impresa di questo genere?

Il patrimonio immobiliare italiano è ricchissimo, ma allo stesso tempo lo stato degli immobili è obsoleto; è necessario ripensare in chiave "smart" tutti gli elementi che costituiscono le nostre società e raggiungere una evoluzione dei sistemi urbani partendo dal modello della "Società 5.0" teorizzato dalla Professoressa Yuko Harayama, che disegna una società dell'informazione in grado di integrare dati, informazioni e tecnologie all'avanguardia per generare valore pubblico sostenibile e condiviso. E la realizzazione della "Smart Home 5.0" non può prescindere dall'efficientamento idrico, che diventerà - e in realtà lo è già - un aspetto chiave del nuovo paradigma di edificio efficiente e sostenibile. Da un lato, quindi, un cambiamento è possibile, ma dall'altro ci troviamo davanti un ostacolo culturale e paradossale: come dimostra lo studio sopracitato l'87% degli italiani si ritiene soddisfatto del servizio idrico ma allo stesso tempo solo il 29% si fida a bere acqua di rete, sebbene sia considerata tra le più buone. Dobbiamo sensibilizzare l'opinione pubblica e attuare un cambio di paradigma che miri a un nuovo modello di consumo sostenibile: per questo, sempre in un'ottica di riconversione, il Gruppo ha messo a punto una gamma ricca di erogatori di acqua, destinati ad ogni esigenza di consumo, dal domestico al condominiale, dall'office all'horeca, che possono essere vendute o noleggiate e che godono del servizio di assistenza tecnica attualmente più evoluto in Italia, con oltre 300 tecnici sul territorio.

Eppure, nonostante la lacuna degli opportuni incentivi che speriamo siano messi in

campo, come lei ha detto più volte 'il settore è in grandissimo fermento'. Quali segnali coglie oggi su tale fronte?

Il settore di erogazione delle bevande è in fermento a livello internazionale, tutti gli attori e le multinazionali beverage stanno portando avanti importanti progetti di innovazione, e Celli come eccellenza italiana operante su tutti i mercati del mondo è partner della gran parte di questi progetti che hanno come priorità l'attuazione di modelli di business alternativi al consumo di acqua in bottiglia. Anche il nostro Paese risulta essere un mercato dinamico e recettivo, lo conferma il fatto che la borraccia si sta via via affermando sempre più come oggetto icona dei nostri tempi, ma non basta: è necessario fare di più e lavorare per aumentare gli erogatori installati su tutto il territorio nazionale.

Voi siete innovatori per definizione e in effetti la vostra attività innovativa, sulle ali di digitalizzazione-sostenibilità, che poi sono due facce della stessa medaglia tanto che voi cercate sempre di unirle, non trova limiti. Ha dichiarato che 'nuove inesplorate opportunità di business si aprono ai brand grazie alle potenzialità dell'IoT'. Ci può tracciare uno scenario di medio periodo ad oggi prevedibile?

Celli ha pienamente abbracciato la "twin" transition, che è proprio la transizione ambientale-sostenibile connessa alla transizione digitale. Partiamo dal presupposto che se vogliamo creare un'alternativa al consumo di acqua in bottiglia bisogna essere innovativi nell'esperienza di consumo: ormai le tecnologie digitali sono entrate nella nostra quotidianità, è facile oggi pensare ad un erogatore intelligente con cui interfacciarsi e quasi potremmo dire interagire, una macchina che in base agli impegni quotidiani possa erogare la bevanda più adatta a compensare l'attività sportiva o l'attività lavorativa o di studio di ognuno di noi. La digitalizzazione è la chiave per aprire realmente nuove frontiere e offrire a ciascun consumatore un'esperienza di consumo personalizzata.

Oggi state mettendo in campo l'innovazione di due anni. Quali i nuovi prodotti di punta del Gruppo Celli?

Erogatori digitali e connessi per tutte le esperienze di consumo (sul lavoro, per la ristorazione e "on the go"), prodotti destinati sia ai grandi operatori del settore beverage, sia che distribuiamo sotto il marchio di proprietà del Gruppo Acqua Alma.

Come avete reagito alla pandemia da Covid-19? Quali capacità di resilienza avete dimostrato? Come è andato il business nel 2021 e quali sono le previsioni per il 2022?

Celli è l'unica azienda del settore che nel 2022 tornerà agli stessi livelli di fatturato del pre-covid, nonostante i canali principali del nostro settore (office e horeca) abbiano subito una battuta d'arresto causata dallo smart-working e dai lockdown. Risultato ottenuto grazie ad una forte capacità di resilienza e ad una buona determinazione nel perseguire gli obiettivi a lungo termine, non smettendo mai di fare acquisizioni: in piena emergenza sanitaria, prevedendo che nel momento della ripresa ci sarebbero state criticità nelle supply chain, l'Azienda è stata lungimirante aprendo 3 filiali in Germania, America Latina e Nord America, oltre che due importanti centri logistici in Italia e Inghilterra, al fine di avere un grosso vantaggio competitivo potendo offrire ai clienti prodotti con disponibilità immediata. Inoltre, abbiamo investito molto nei servizi di assistenza tecnica continuando a innovare le piattaforme digitali del Gruppo.

Come immagina il Gruppo Celli tra 10 anni?

Immagino un Gruppo capace di fornire, installare e mantenere impianti di erogazione in ogni città, in ogni casa, in tutto il mondo. A supporto di una conversione culturale dei consumi.



NTS Informatica Rimini ancora main sponsor di Riviera Basket Rimini



Basket in Carrozzina B



di Icaro Sport
lettura:minuto

mar 1 feb 2022 17:09





minuto

A coronamento della prima giornata del **campionato nazionale di serie B, Riviera Basket Wheelchair Rimini** desidera ringraziare tutti coloro che hanno accompagnato la squadra ad esordire in questa nuova stagione, la quarta dalla propria fondazione.

Nel fine settimana appena trascorso abbiamo ricevuto un lusinghiero abbraccio virtuale da parte delle istituzioni e dei media locali che però non è bastato a portare a casa il risultato pieno, ma ha fornito nuova energia e fiducia ai nostri giocatori che lo hanno confermato nella diretta di **Calcio.Basket** di lunedì 30 gennaio 2022, il “salotto buono” della palla a spicchi di Roberto Bonfantini.

Cogliamo l'occasione per **ringraziare pubblicamente tutti gli sponsor** che sostengono il progetto sportivo/sociale di Riviera Basket e che anche quest'anno scendono in campo accanto ai nostri ragazzi.

Desideriamo ringraziare il **main sponsor NTS Informatica Rimini** e il suo amministratore delegato **Stefano Carloni**; a seguire **Celli Group**, da sempre presente sulle maglie; il **Ristorante Lo Zodiaco** di Rimini, la “tana” di Riviera Basket dove festeggiare le vittorie e consolarsi quando va un po' meno bene; la fornitissima e competente **Sanitaria Ortopedia Senza Limiti Riccione**; l'esperta **Azienda Uprise Riccione**, leader nel campo dei montascale e l'amico **Christian Franchini**, consulente finanziario di Cattolica che si è avvicinato al nostro sport e ha dimostrato da subito amicizia profonda e sincera.

Sicuramente una bella “panchina lunga” di sostenitori, fondamentali per affrontare sfide così impegnative sia dal punto di vista fisico che economico, senza i quali tutto questo non sarebbe possibile. Un sincero grazie a tutti.

Ufficio Stampa Riviera Basket Rimini
Daniele Bacchi



Rimini Riviera Basket ringrazia gli sponsor

[/01 Feb 2022/RedazioneUltima ora sport](#)



“A coronamento della prima giornata del campionato nazionale di serie B, Riviera Basket Wheelchair Rimini desidera ringraziare tutti coloro che li ha accompagnati ad esordire in questa nuova stagione, la quarta dalla propria fondazione.

Nel fine settimana – scrive in una nota la società sportiva – appena trascorso abbiamo ricevuto un lusinghiero abbraccio virtuale da parte delle istituzioni e dei media locali che però non è bastato a portare a casa il risultato pieno, ma ha fornito nuova energia e fiducia ai nostri giocatori che lo hanno confermato nella diretta di Calcio.Basket di lunedì 30 gennaio 2022, il “salotto buono” della palla a spicchi di Roberto Bonfantini.

Cogliamo l’occasione – prosegue la nota – per ringraziare pubblicamente tutti gli sponsor che sostengono il progetto sportivo/sociale di Riviera Basket e che anche quest’anno scendono in campo accanto ai nostri ragazzi.

Desideriamo ringraziare il main sponsor NTS Informatica Rimini e il suo amministratore delegato Stefano Carloni; a seguire Celli Group, da sempre presente sulle maglie; il Ristorante Lo Zodiaco di Rimini, la “tana” di Riviera Basket dove festeggiare le vittorie e consolarsi quando va un po’ meno bene; la fornitissima e competente Sanitaria Ortopedia Senza Limiti Riccione; l’esperta Azienda Uprise Riccione, leader nel campo dei montascale e l’amico Christian Franchini, consulente finanziario di Cattolica che si è avvicinato al nostro sport e ha dimostrato da subito amicizia profonda e sincera.

Sicuramente una bella “panchina lunga” di sostenitori, fondamentali per affrontare sfide così impegnative sia dal punto di vista fisico che economico, senza i quali tutto questo



Media review

11/05/22



Onclusive On your side

ELECTRONIC REFRIGERATION



zioni e controlli sanitari, controllare la refrigerazione, monitorare i livelli di consumo energetico e altro ancora. Complessivamente, queste capacità si traducono in una sostanziale riduzione dei tempi di fermo delle attrezzature per i clienti del Gruppo Cella. Eliminando i tempi morti necessari, questi clienti stanno aumentando le vendite e i profitti delle bevande. Cella sta utilizzando l'IoT per raccogliere i dati di impiego delle attrezzature, consentendo miglioramenti nella progettazione e nella produzione dei prodotti che hanno già permesso di ridurre i guasti alle attrezzature del 13%.

MONITORAGGIO DELLA TEMPERATURA: POTENZIALITÀ ED ESEMPI

Bruhati è un'azienda specializzata in system integration e IoT. È un esempio interessante per comprendere l'applicazione evoluta dell'IoT. La società ha messo a punto MRT, una soluzione di monitoraggio della temperatura e un controllo senza interruzioni dei prodotti in azienda e durante il trasporto. È stata sviluppata in collaborazione con Software AG e offre un controllo anche dell'infrastruttura. Edifici, stazzo, frigoriferi congelatori e celle frigorifere, ospitano sensori IoT distribuiti nell'area di interesse per rilevare irregolarità nella temperatura. I vantaggi ipotizzati sono significativi: Bruhati stima che per ogni 5 frigoriferi monitorati con MRT ci sia un risparmio di 2000 euro fanno sul lavoro manuale. MRT fornisce una soluzione basata su sensori collegati alla piattaforma Cumulocity di Software AG. E qui entriamo in un altro ambito di interesse: la combinazione dell'IoT con altre tecnologie, in questo caso Edge o Cloud Computing, Machine Learning e Intelligenza Artificiale. Cumulocity IoT Machine Learning è composto da due applicazioni: una si concentra sulla formazione del modello, l'altra sulla sua distribuzione. C'è poi Streaming Analytics, impiegato per l'elaborazione immediata dei dati in arrivo da dispositivi o altre basi dati. Questo verrà utilizzato per generare avvisi e allarmi in base ai dati

ricevuti dai sensori e consente scenari di elaborazione complessi, quasi analisi predittive. I sensori collegati al Cumulocity IoT Cloud di Software AG misurano periodicamente l'ambiente. Quando sono rilevati livelli anomali della temperatura, la soluzione genera degli allarmi, attivabili in base a regole o sull'Intelligenza Artificiale.

IOT, CERCASI APPLICAZIONI: IL PARERE DI TECHDATA

Bruhati è partner di Software AG, vendor dell'ecosistema di TechData Italia. TechData è uno dei più grandi distributori mondiali di tecnologia, servizi e soluzioni. Tra questi non manca certo l'IoT, uno dei fiori e business unit presenti anche nella filiale italiana, dove opera Giovanni Besozzi, responsabile della Business Unit IoT. «Il comparto IoT opera prevalentemente nel comparto Industry 4.0, retail e in altri segmenti verticali. Tra questi logistica e trasporti, soprattutto focalizzati su soluzioni per il monitoraggio asset e flotte, settori dove sono attivi Bruhati e diversi altri partner a livello nazionale e internazionale.

È lo stesso manager a delineare la situazione in atto e l'evoluzione dell'IoT: «Il monitoraggio attraverso soluzioni IoT è divenuta una prassi ormai comune, tecnologicamente parlando. Ci sono tutte le condizioni per applicarla e svilupparla. In termini di potenzialità di mercato siamo solo all'inizio di una curva di adozione». Il concetto di connessione di una macchina a internet, alla base dell'IoT, è ormai metabolizzato quantomeno dalle grandi aziende. «Il problema è che, in Italia, il tessuto produttivo è composto da moltissime Pmi, buona parte delle quali piccole o micro imprese, dove è ancora arduo far comprendere il valore legato alla possibilità di connettere una macchina alla Rete, valorizzando poi i dati generati». E qui ci si collega anche alla combinazione con l'Intelligenza Artificiale: «L'AI ha senso se ci sono dati da analizzare e valorizzare per creare servizi – rileva Besozzi –. Ma è importante credere alle potenzialità di impiego di IoT e Artificial Intelligence». Ecco perché gli scenari futuri dipendono non dalla disponibilità tecnologica, già esistente, ma dalla capacità dei decision maker all'interno delle aziende di capire che l'adozione di queste tecnologie possono migliorare le performance operative delle aziende o determinare lo sviluppo di nuovi modelli di business. «Penso, per esempio, al concetto di servitizzazione, ovvero al passaggio dalla vendita di un prodotto alla fornitura di servizi con l'obiettivo di creare maggior valore per l'azienda e per i suoi clienti. C'è da aumentare la cultura e la mentalità all'innovazione e alle potenzialità applicative della tecnologia – tra l'altro sempre più low cost – per ottenere risultati tangibili per il successo economico e lo sviluppo aziendale», conclude. ◀

Tagliare i costi energetici e le perdite di cibo non solo creerà un'attività di supermercato sana e redditizia, ma andrà anche verso la costruzione di un pianeta più sano



Le sue potenzialità applicative sono ubiquie così come i vantaggi. La tecnologia IoT, in grado di collegare dispositivi che raccolgono dati e comunicano al cloud senza intervento umano, "è pronta a svolgere un ruolo chiave nel monitoraggio dell'uso dell'energia e nell'identificazione di sinergie per la costruzione di sistemi energetici intelligenti e integrati", spiegava non più tardi di un anno fa Tuuli Sarvilinna, Senior VP, Electronic Controllers & Services, di Danfoss in un articolo per il World Economic Forum. Lo stesso Sarvilinna evidenziava come i rivenditori di generi alimentari fossero in una posizione unica per contribuire attivamente alla lotta contro il cambiamento climatico. Il settore della vendita al dettaglio di generi alimentari rappresenta il 2% della domanda di elettricità a livello globale - anche più dei data center, secondo l'International Energy Agency - il che significa che l'implementazione di soluzioni di monitoraggio dell'energia e delle risorse nei negozi può fare una significativa differenza positiva su scala.

I supermercati sostenibili giocano anche un ruolo chiave nello sviluppo di soluzioni per un sistema alimentare globale che è attualmente sotto pressione. Tali supermercati possono aiutare a raggiungere l'obiettivo di sviluppo sostenibile 12.3 delle Nazioni Unite, che mira a dimezzare lo spreco alimentare globale pro-capite entro il 2030*. Un terzo di tutto il cibo prodotto oggi viene sprecato, anche se la fame nel mondo è in aumento. "Nei paesi industrializzati, il 40% del cibo viene perso a livello di vendite al dettaglio e di consumo", sottolinea.

La refrigerazione costa energia, ma è fondamentale per preservare gli alimenti su cui tutti facciamo affidamento. La sfida per i rivenditori alimentari è, quindi, quella di mantenere la qualità e la sicurezza del nostro cibo usando la minor quantità di energia possibile. Questo è un equilibrio difficile da raggiungere attraverso la gestione tradizionale dell'energia e i controlli di servizio manuali. La soluzione è il monitoraggio IoT, che assicura che le attrezzature funzionino senza problemi e consumino meno energia possibile, riducendo al contempo la perdita di cibo.

È già stato dimostrato che le soluzioni dell'Internet delle Cose forniscono ai negozi di alimentari al dettaglio una riduzione del 40% della perdita di cibo attraverso il monitoraggio della temperatura. Non solo: si calcola un 30% di risparmio energetico netto totale attraverso l'ottimizzazione dei picchi di carico e la riduzione del consumo complessivo.

"Tagliare i costi energetici e le perdite di cibo non solo creerà un'attività di supermercato sana e redditizia, ma andrà anche verso la costruzione di un pianeta più sano. Solo negli ultimi cinque anni, le soluzioni IoT hanno fatto risparmiare 37 milioni di dollari ai rivenditori di

generi alimentari tagliando gli sprechi alimentari, evitando al contempo più di 2 milioni di tonnellate di CO₂ equivalenti alle emissioni annuali di Malta", conclude.

L'ESEMPIO DI WALMART E DI CELLI

Gli esempi illustri di un impiego virtuoso dell'IoT nella grande distribuzione non mancano certo. Il più rilevante riguarda Walmart: la più grande catena al mondo della GDO ha registrato entrate per 559 miliardi di dollari durante il 2020, primo anno fiscale legato alla pandemia COVID-19, in crescita rispetto ai 514,4 miliardi di dollari dell'anno fiscale 2019. Questo aumento è stato possibile in parte proprio grazie alle potenzialità delle soluzioni Internet of Things da poco integrate per migliorare la qualità del cibo e ridurre il consumo energetico. Walmart riferisce che, ogni giorno, riceve circa 1,5 miliardi di messaggi e analizza oltre un terabyte di dati. Il software proprietario include un'applicazione dashboard basata sul cloud per gestire il volume e rilevare gli eventi anomali, come i guasti di refrigerazione, in modo che possano essere apparentemente riparati più rapidamente, salvando i beni refrigerati mentre si traina il profitto aziendale al successo.

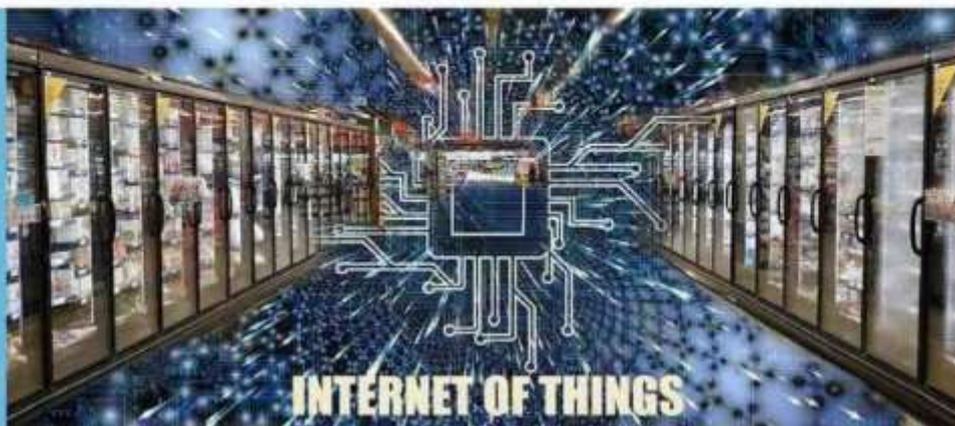
C'è poi un altro aspetto da rilevare: l'applicazione in ambito industriale dell'IoT. In questo caso si parla di Industrial IoT (IIoT), utile per sfruttare l'abbondanza di dati, preziosi nei sistemi di controllo del mondo industriale. Tuttavia, essi sono stati storicamente utilizzati per soddisfare esigenze piuttosto ristrette per controllare e far funzionare i macchinari specifici a cui si riferiscono. L'IIoT sta cambiando questa dinamica, dando a quei dati nuove finalità: essere usati per portare avanti un programma di produzione intelligente. Usando l'IIoT, diversi tipi di dati - come quelli delle macchine, dei sensori ambientali e quelli generati dai sistemi di business e di produzione correlati - possono essere aggregati, analizzati attraverso il cloud e l'edge computing, e trasformati in intuizioni che rispondono a domande critiche relative a un processo produttivo. Questo permette ai manager di affrontare in modo proattivo esigenze come la manutenzione preventiva e i colli di bottiglia del processo. Tali dati, precedentemente statici e messi in silo, consentono anche agli esperti e ai manager di prima linea di prendere decisioni migliori in tempo reale, che culminano in una riduzione sostanziale dei tempi di inattività non pianificati, degli scarti e dell'inefficienza.

Un esempio recente è l'italiana Celi Group, realtà specializzata nella produzione e fornitura di servizi per la distribuzione di bibite, acqua e birra. Celi ha riconosciuto nell'IoT un'opportunità per trasformare il suo business, mettendo più visibilità, controllo e valore nelle mani dei clienti. I dati IIoT - trasformati in intuizioni - consentono ai loro clienti di eseguire a distanza ispe-

Il mercato IoT potrebbe generare, entro il 2030, un valore complessivo dai 5,5 trilioni di dollari ai 12,6 trilioni di dollari



L'Internet of Things si sta sviluppando in maniera sempre più evidente. Il suo valore lo sta apprezzando anche il mondo della refrigerazione. Ma a che punto siamo? Ecco qualche esempio e alcune risposte



IOT: PARTNER DEL FREDDO PER IL PRESENTE E IL FUTURO

È da vent'anni ormai che l'Internet of Things ha fatto la sua comparsa nel mondo. Oggi, i trend mostrano che questa tecnologia è una presenza stabile e suscettibile di ulteriore crescita. Statista prevede che si passerà da 35,82 miliardi di dispositivi IoT installati nel mondo entro il 2021 ai 75,44 miliardi entro il 2025. Ancora più interessante quanto emerge dal recente report di McKinsey "The Internet of Things: catching up to an accelerating opportunity", secondo cui il mercato IoT potrebbe generare, entro il 2030, un valore complessivo dai 5,5 trilioni di dollari ai 12,8 trilioni di dollari, compreso il valore "catturato" da consumatori e clienti di prodotti e servizi IoT. La previsione va ben al di là di quanto aveva stimato nel 2015 la stessa società di ricerca quando l'IoT era ancora annoverabile tra le tecnologie emergenti. All'epoca il McKinsey Global Institute (MGI) pubblicò "The Internet of Things: Mapping the value beyond the hype", un rapporto che analizzava il potenziale economico che l'IoT avrebbe potuto scatenare: si tratta di uno studio condotto attraverso l'analisi di centinaia di casi d'uso dal quale emerse un mercato IoT in grande fermento e con grande potenziale di crescita: allora McKinsey stimava, infatti, un mercato IoT in grado di generare tra i 3,9 trilioni di dollari e gli 11,1 trilioni di dollari in valore economico entro il 2025. Cresce quindi l'Internet delle Cose. I device IoT sono ovunque, dagli

smartwatch agli assistenti vocali, e stanno plasmando il modo in cui si comunica e si lavora. IDC stimava solo pochi mesi fa che la spesa per l'IoT avrebbe raggiunto i 202 miliardi di dollari nel 2021 in Europa e avrebbe continuato a registrare una crescita percentuale a due cifre fino al 2025. Come ha impattato sulla refrigerazione? Partiamo dalla necessità. L'EFSA - Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare raccomanda che frigoriferi, freezer e celle refrigerate vengano controllate almeno una volta al giorno. Se un refrigeratore è aperto molto spesso e viene usato durante il giorno, la temperatura andrebbe monitorata più volte al giorno - specialmente se il prodotto refrigerato è ad alto rischio. Anche la temperatura ambiente deve essere monitorata regolarmente, in particolare nei luoghi come magazzini e locali commerciali che contengono prodotti deperibili. Questo significa solo una cosa: la necessità di contare sulla possibilità di una gestione costante e da remoto, possibilità garantita proprio grazie all'IoT.

IL VALORE DELL'IOT PER MONITORARE IL FREDDO

L'obiettivo del l'Internet of Things è far sì che il mondo elettronico tracci una mappa di quello reale, dando un'identità elettronica alle cose e ai luoghi dell'ambiente fisico.

BARBACK COME FUNZIONA

COME FUNZIONA IL COOLER PER SPILLARE LA BIRRA

di Giuseppe Stabile

PER UN SERVIZIO A REGOLA D'ARTE

Il corretto servizio della birra alla spina è decisivo per consentire di assaporare al meglio le caratteristiche del prodotto e richiede il rispetto di alcune fondamentali regole. A partire dalla scelta del bicchiere: ogni stile di birra ha quella più appropriata, che ne valorizza le proprietà organolettiche, aiutando la formazione della giusta schiuma che, a suo volta, esalta i sapori e gli aromi della bevanda, la protegge dall'ossidazione e la rende più digeribile. Il bicchiere, pulito e sgrassato, va risciacquato con acqua fredda per abbassarne la temperatura, evitare lo shock termico alla bevanda e favorire la formazione e la tenuta dello schiuma. Fondamentale è la corretta temperatura della bevanda: 3-6 °C per la classica "chiaro", più alta per quelle più corpose e alcoliche. Infine, la tecnica di spillatura, tedesca, belga o ologosassone, da applicare a seconda delle caratteristiche della birra da servire.

Anche per i bar più piccoli, con spazi molto limitati e consumi non elevatissimi, servire birra alla spina non è un problema, grazie ai cooler sopra-banco per la spillatura. Si tratta di sistemi che refrigerano ed erogano la birra a temperatura controllata, pensati per essere posizionati sul bancone, grazie alle dimensioni estremamente compatte, senza occupare spazio prezioso o bisogno di lavorazioni particolari. Veloci e facili da installare e mantenere, con costi nettamente inferiori rispetto agli impianti tradizionali sottobanco con colonna, sono ideali anche per chioschi e food truck e per eventi all'aperto. Sul mercato sono disponibili diverse soluzioni, per cui nella scelta del sistema più adatto al locale occorre considerare diversi fattori. A partire dalla potenzialità di erogazione, che può andare da poche decine di l/h a oltre cento, da valutare in base ai propri consumi. Un altro fattore è il numero di prodotti che si vogliono spillare, potendo optare per sistemi a una o più vie, con questi ultimi che permettono di erogare più bevande in contemporanea. Importante è poi la dotazione di componenti che ne facilitano l'installazione e l'utilizzo, come riduttori di pressione, che fanno da ponte tra il fusto di birra e la bombola di Co2 ad alta pressione controllando e regolando il flusso del gas per avere una pressione ottimale, o di compressore ad aria, che sostituisce la bombola di Co2 in caso di fusti bib (bag in box) di ultima generazione. Inoltre i cooler possono essere con sistema di refrigerazione con banco ghiaccio oppure a blocco di alluminio (sistema a secco). Nel primo caso un compressore frigorifero refrigera una vasca d'acqua e produce uno strato di ghiaccio che garantisce gli alti consumi nelle ore di picco. Nel secondo invece il sistema refrigerante è costituito da un blocco di alluminio all'interno del quale passano le serpentine per il raffreddamento della bevanda. Questa soluzione permette di avere macchine più compatte e con tempi di preraffreddamento molto brevi che la rendono subito pronta all'uso. In questa pagina illustriamo il cooler pre-mix sopra-banco Linus 40 di Celli Group. *

102
lg 03/22

INGOMBRO

Il design compatto (dimensioni 37,8 x 31 x 39,5 cm) e moderno e il peso contenuto (25 kg) permettono di posizionare lo spillatore Linus 4.0 di Celli Group comodamente sul bancone, con un ingombro minimo, e di spostarlo agevolmente anche all'esterno per eventi all'aperto.

FACILITÀ D'USO

Completo, e quindi ready to use, è dotato di tecnologia di raffreddamento con banco d'alluminio che assicura tempi di preraffreddamento immediati e una perfetta erogazione della birra a temperatura controllata.

PERFORMANCE

Nonostante le piccole dimensioni, questo cooler ha una capacità di erogazione continua pari a 40 litri per ora. Un dato, questo, che lo rende molto adatto a piccoli bar, garantendo però ottime performance anche nei picchi del consumo.



FACILITÀ DI INSTALLAZIONE

Semplice e veloce da installare, non richiede lavorazioni particolari sul banco ed è disponibile anche con compressore ad aria integrata per fusti bag in box. Questo permette di evitare di collegare il sistema alla bombola CO2 e semplificare ancora di più installazione e utilizzo.

EROGAZIONE

Il sistema è a una via ed è dotato del rubinetto di nuova generazione BT 2000 in acciaio inox, con beccuccio da 7 mm, progettato per erogare la birra con precisione e facilità.

DURATA NEL TEMPO

La struttura in acciaio inox, altamente resistente alla corrosione e altamente igienica, ne assicura la durata nel tempo. Nello stesso materiale sono realizzati il rubinetto di erogazione e il vassoio raccogliacqua inclusi.



1

La birra è un alimento e lo spillatore va tenuto nelle massime condizioni di igiene. In particolare, il rubinetto e la zona di erogazione vanno pulite quotidianamente, e periodicamente con apparecchiature di sanificazione.

2

Altro punto critico: le tubazioni. Vanno pulite periodicamente con gli specifici kit consigliati dal produttore, che eliminano i residui di sostanze organiche.

3

Anche il raccogliacqua richiede un'accurata pulizia quotidiana, per evitare che i residui di birra diventino un altro ricettacolo di batteri e impurità. Questo va rimosso, svuotato e lavato con acqua calda e detergente.

4

Per garantire la massima potenzialità del sistema di raffreddamento, nella fase di installazione del cooler è importante garantire attorno alla macchina 15 cm di spazio libero per avere sempre un corretto flusso di aria verso il motore.

103
bg 03/22



SIGEP 2022. Acqua Alma torna a idratare la fiera più dolce del...

Eventi e Fiere SIGEP 2022 SIGEP 2022. Acqua Alma torna a idratare la fiera più dolce del mondo Di redazione Notizie sulla distribuzione automatica italiana e nel mondo. Scriviamo insieme il Vending del presente e del futuro.



Sigep 2022: tecnologia e sostenibilità nelle soluzioni Acqua Alma

Acqua Alma di Celli Group porta a Sigep 2022 le sue soluzioni sostenibili per il mondo Horeca tra cui la nuova gamma di erogatori smart e touchless EVO



Ascolta la notizia in formato audio

Il Gruppo Celli sarà presente a Sigep 2022 con il brand Acqua Alma. Alla Fiera di Rimini l'azienda potrà iniziare l'anno incontrando player italiani e internazionali in una cornice di eccellenza per i settori della pasticceria, gelateria e caffè.

Il Gruppo torna così a stupire il pubblico, presentando le ultime innovazioni del beverage dispensing, che da sempre ispirano tutto il mondo.

I trend di Sigep 2022: gusto, qualità, creatività e sostenibilità

Sigep, da poco rinominato 'The Dolce World EXPO', costituisce un momento imprescindibile che dà il ritmo a uno dei settori più dinamici al mondo, e offre una panoramica completa sulle tendenze più recenti. Le nuove esigenze dei consumatori e dei business – sempre più all'insegna della sostenibilità, – innovazioni, tecnologie e nuove strategie di mercato saranno le macro-tematiche della fiera.

In funzione delle scelte dei consumatori che stanno diventando sempre più eco-friendly, le aziende dei settori food & beverage e i business dell'Horeca hanno adottato negli ultimi due anni un approccio più sostenibile nelle proprie decisioni strategiche. Lo dimostrano l'introduzione massiva di tecnologie a ridotto consumo energetico, nuovi materiali biodegradabili ed ecosostenibili, e l'impegno ad accelerare il proprio contributo a una transizione sostenibile.

Il settore Horeca, grazie al recente implemento della digitalizzazione, presenta tutte le potenzialità per compiere un salto di qualità importante. Per questo Celli Group sceglie di portare a Sigep 2022 il binomio di innovazione e sostenibilità, da sempre alla base delle strategie di consolidamento e crescita del Gruppo, per sostenere i business della ristorazione e soddisfare i clienti finali.

Binomio che si è tradotto in numerosi progetti per ogni destinazione d'uso, come Acqua Alma Green Restaurant, Acqua Alma Green Office e Acqua Alma Green Family.

I punti vincenti di Acqua Alma Green Restaurant: igiene, sicurezza, e tecnologia smart

Il salto di qualità, alla luce dell'attuale situazione sanitaria, deve essere fatto in primis nell'ambito della sicurezza e confort negli ambienti pubblici. Il rispetto dell'igiene è diventato non solo un obbligo, ma anche un modo per salvaguardare tutti. Alcune realtà del settore Horeca hanno iniziato a interrogarsi sulle reali possibilità di contribuire, con la propria esperienza, ad assicurare un servizio sicuro e totalmente sanificato in bar, ristoranti, hotel.

Un esempio concreto è il progetto Acqua Alma Green Restaurant, rappresentato dalla nuova gamma EVO di erogatori smart e touchless, basati sulla funzione combinata e contemporanea di raggi UV-C e ozono. A Sigep i visitatori dello stand di Celli Group potranno conoscere da vicino i modelli Niagara EVO e Hi-Class EVO 65, e servirsi acqua microfiltrata in modo smart. L'utente può dialogare con l'erogatore tramite riconoscimento del tag NFC o QR code sulla propria APP, e ordinare semplicemente senza tocco.

La fiera del gusto fa il pieno di sostenibilità

L'approccio alla sostenibilità non può essere adottato soltanto all'esterno, ma anche (e soprattutto) all'interno delle proprie case. Negli ultimi anni le abitudini dei consumatori sono cambiate a partire proprio dall'utilizzo e consumo di acqua, sia a casa che fuori. Sempre più persone si rendono conto che i modelli di consumo attuali sono insostenibili e che serve un cambiamento radicale.

Presso la fiera di Sigep 2022, Acqua Alma porterà anche Acqua Alma Green Family, la nuova offerta che promuove un'idratazione consapevole e un modo sostenibile di bere l'acqua in ambito domestico. Un progetto destinato a cambiare i consumi di tutte le famiglie e che comprende impianti di erogazione per poter bere sempre un'acqua buona e sicura, comodamente a casa. Erogatori d'acqua pratici e versatili che si installano rapidamente e che si adattano perfettamente a ogni ambiente domestico, come dimostra la vasta scelta tra erogatori soprabanco e impianti sottobanco.



DRINK RESPONSIBLY.



Acqua Alma, brand del Gruppo Celli, dedicato all'acqua trattata (bene), apre il 2022 con una serie di collaborazioni e nuovi eventi.

In primis, una collaborazione importante è quella con Sonia Peronaci, imprenditrice digitale e prima food influencer italiana, che rinnova la partnership con Acqua Alma installando due impianti nel nuovo Loft, spazio polifunzionale dedicato agli eventi di Sonia Factory.

Acqua Alma è molto vicina anche al mondo dello sport affiancando Federica Brignone, prima e unica sciatrice italiana a vincere la Coppa del Mondo Generale e tre Coppe di specialità, primatista azzurra di successi con 19 vittorie e 48 podi in Coppa del Mondo, 3 medaglie olimpiche e una mondiale. Federica, amante della natura e dell'ambiente porta avanti il suo progetto di sostenibilità ambientale "Traiettorie Liquide", promuovendo anche con il supporto di Acqua Alma una serie di iniziative come la pulizia dell'area d'arrivo di una pista di Bormio da rifiuti e scarti abbandonati.

Acqua Alma ha anche intrapreso importanti collaborazioni in contesti gastronomici d'eccellenza, come quella con lo Chef Mauro Ladu del ristorante Abbamele di Mamoiada (NU), che dopo la vittoria al programma televisivo 4 Ristoranti ha scelto proprio Acqua Alma per il suo nuovo locale nel cuore della Sardegna. Lo chef Ladu, come Leonardo Marongiu e molti altri, condivide i valori di Acqua Alma e propone una cucina contemporanea ma al passo con la tradizione; il suo ristorante è un luogo fatto di innovazione e storia, dove incontrarsi e promuovere la sostenibilità e il rispetto delle materie prime.

Tra i nuovi eventi e progetti, Celli Group conferma la partecipazione a Sigep 2022 –

primo appuntamento fieristico dell'anno, da poco rinominato 'The Dolce World EXPO', – con le soluzioni per l'erogazione di Acqua Alma. Un appuntamento storicamente strategico che si terrà presso la Fiera di Rimini dal 12 al 16 marzo 2022, per iniziare l'anno incontrando player italiani e internazionali in una cornice di eccellenza per i settori della pasticceria, gelateria e caffè. Il Gruppo torna così a stupire il pubblico, presentando – al padiglione D3, stand O84 – le ultime innovazioni del beverage dispensing, che da sempre ispirano tutto il mondo. L'edizione 2022 sarà infatti un'occasione unica per scoprire i nuovi scenari legati al cambiamento epocale del fuori casa e come questa trasformazione rivoluzionerà il modo di fare business, sia delle aziende sia di tutti i professionisti che operano nel settore. L'Horeca, grazie al recente implemento della digitalizzazione, presenta tutte le potenzialità per compiere un salto di qualità importante; per questo il Gruppo Celli sceglie di portare a Sigep 2022 il binomio di innovazione e sostenibilità, da sempre alla base delle strategie di consolidamento e crescita del Gruppo, per sostenere i business della ristorazione e soddisfare i clienti finali. Binomio che si è tradotto in numerosi progetti per ogni destinazione d'uso, come Acqua Alma Green Restaurant, Acqua Alma Green Office e Acqua Alma Green Family. Infine, ma non per importanza, Acqua Alma rinnova la longeva partnership con Legambiente che durerà fino al 2025. La collaborazione nasce dalla condivisione di obiettivi ambiziosi e comuni, volti a creare una maggiore sensibilità sul tema dell'acqua come bene prezioso e da tutelare e sull'uso più responsabile di questa risorsa.



Acqua Alma, Sigep 2022: focus su innovazione e sostenibilità

DRINK RESPONSIBLY.



Il Gruppo Celli conferma la partecipazione a [Sigep 2022](#), in programma presso la Fiera di Rimini dal 12 al 16 marzo, con il brand **Acqua Alma**.

Celli Group porterà a Sigep 2022 il binomio di **innovazione e sostenibilità** per sostenere i business della ristorazione e soddisfare i clienti finali. Binomio che si è tradotto in numerosi progetti per ogni destinazione d'uso, come Acqua Alma Green Restaurant, Acqua Alma Green Office e Acqua Alma Green Family. [Soluzioni](#) altamente professionali e connesse, per un **consumo di acqua sostenibile** dentro e fuori casa.

Oltre alla partecipazione

DRINK RESPONSIBLY.



alla fiera riminese, il 2022 di Acqua Alma si è aperto con una serie di collaborazioni come quella con **Sonia Peronaci**, imprenditrice digitale e prima food influencer italiana, che rinnova la partnership il brand installando due impianti nel nuovo Loft, spazio polifunzionale dedicato agli eventi di Sonia Factory.

Acqua Alma è molto vicina anche al mondo dello sport affiancando **Federica Brignone**, prima e unica sciatrice italiana a vincere la Coppa del Mondo Generale e tre Coppe di specialità, primatista azzurra di successi con 19 vittorie e 48 podi in Coppa del Mondo, 3 medaglie olimpiche e una mondiale. Federica, amante della natura e dell'ambiente

porta avanti il suo progetto di [sostenibilità ambientale “Traiettorie Liquide”](#), promuovendo anche con il supporto di Acqua Alma una serie di iniziative come la pulizia dell'area d'arrivo di una pista di Bormio da rifiuti e scarti abbandonati.

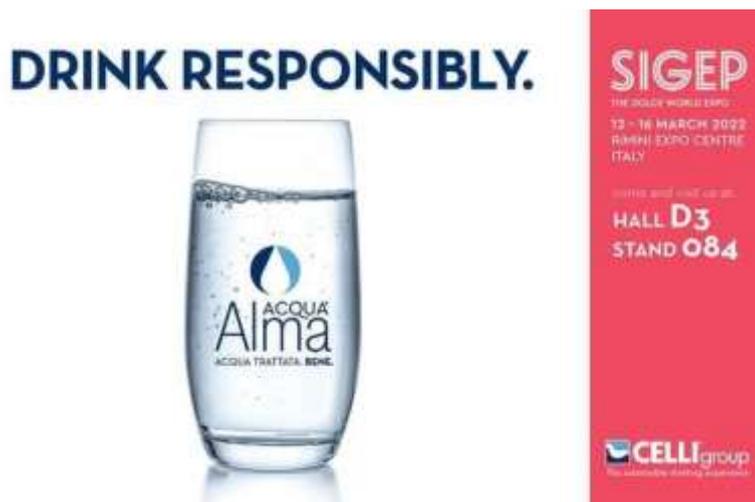
Acqua Alma ha anche intrapreso importanti collaborazioni in contesti gastronomici d'eccellenza, come quella con lo **Chef Mauro Ladu** del ristorante Abbamele di Mamoiada (NU), che dopo la vittoria al programma televisivo 4 Ristoranti ha scelto proprio Acqua Alma per il suo nuovo locale nel cuore della Sardegna.

Infine, ma non per importanza, Acqua Alma rinnova la **longeva partnership con Legambiente** che durerà fino al 2025. La collaborazione nasce dalla condivisione di obiettivi ambiziosi e comuni, volti a creare una maggiore sensibilità sul tema dell'acqua come bene prezioso e da tutelare e sull'uso più responsabile di questa risorsa.

Acqua Alma sarà presente a Sigep 2022 – The Dolce World Expo al **Padiglione D3 – Stand 084**



Acqua Alma apre l'anno con nuove collaborazioni e la partecipazione a Sigep 2022



marzo 11, 2022 - acqua.alma

Acqua Alma, brand del [#grup pocelli](#), dedicato all'acqua trattata (bene), apre il 2022 con una serie di collaborazioni e nuovi eventi.

In primis, una collaborazione importante è quella con [#soniaperonaci](#), imprenditrice digitale e prima food influencer italiana, che rinnova la [#partnership](#) con [#acquaalma](#) installando due impianti nel nuovo Loft, spazio polifunzionale dedicato agli eventi di Sonia Factory.

Acqua Alma è molto vicina anche al mondo dello sport affiancando [#federicabrignone](#), prima e unica sciatrice italiana a vincere la Coppa del Mondo Generale e tre Coppe di specialità, primatista azzurra di successi con 19 vittorie e 48 podi in Coppa del Mondo, 3 medaglie olimpiche e una mondiale. Federica, amante della natura e dell'ambiente porta avanti il suo progetto di [#sostenibilita](#) ambientale "Traiettorie Liquide", promuovendo anche con il supporto di [#acquaalma](#) una serie di iniziative come la pulizia dell'area d'arrivo di una pista di Bormio da rifiuti e scarti abbandonati.

Acqua Alma ha anche intrapreso importanti collaborazioni in contesti gastronomici d'eccellenza, come quella con lo Chef [#mauroladu](#) del ristorante Abbamele di Mamoiada (NU), che dopo la vittoria al programma televisivo 4 Ristoranti ha scelto proprio [#acquaalma](#) per il suo nuovo locale nel cuore della Sardegna. Lo chef Ladu, come [#leonardomarongiu](#) e molti altri, condivide i valori di [#acquaalma](#) e propone una cucina contemporanea ma al passo con la tradizione; il suo ristorante è un luogo fatto di innovazione e storia, dove incontrarsi e promuovere la [#sostenibilita](#) e il rispetto delle materie prime.

Tra i nuovi eventi e [#progetti](#), Celli Group conferma la partecipazione a [#sigep2022](#) – primo appuntamento fieristico dell'anno, da poco rinominato 'The Dolce World EXPO', – con le soluzioni per l'erogazione di [#acquaalma](#). Un appuntamento storicamente strategico che si terrà presso la Fiera di [#rimini](#) dal 12 al 16 marzo 2022, per iniziare

l'anno incontrando player italiani e internazionali in una cornice di eccellenza per i settori della pasticceria, gelateria e caffè. Il Gruppo torna così a stupire il pubblico, presentando –al padiglione D3,stand O84 – le ultime innovazioni del beverage dispensing, che da sempre ispirano tutto il mondo.

L'edizione 2022 sarà infatti un'occasione unica per scoprire i nuovi scenari legati al cambiamento epocale del fuori casa e come questa trasformazione rivoluzionerà il modo di fare business, sia delle aziende sia di tutti i professionisti che operano nel settore. L'Horeca, grazie al recente implemento della digitalizzazione, presenta tutte le potenzialità per compiere un salto di qualità importante; per questo il Gruppo Cellisceglie di portare a [#sigep2022](#) il binomio di innovazione e [#sostenibilita](#), da sempre alla base delle strategie di consolidamento e crescita del Gruppo, per sostenere i business della ristorazione e soddisfare i clienti finali. Binomio che si è tradotto in numerosi [#progetti](#) per ogni destinazione d'uso, come [#acquaalma#green](#) Restaurant, [#acquaalma#green](#) Office e [#acquaalma#green](#) Family.

Infine, ma non per importanza, [#acquaalma](#) rinnova la longeva [#partnership](#) con [#legambiente](#) che durerà fino al 2025. La collaborazione nasce dalla condivisione di obiettivi ambiziosi e comuni, volti a creare una maggiore sensibilità sul tema dell'acqua come bene prezioso e da tutelare e sull'uso più responsabile di questa risorsa.

Per scaricare, clicca sul link di attivazione che abbiamo inviato alla tua email dopo la registrazione e attendi che il tuo account venga verificato.

Aziende Acqua Alma apre l'anno con nuove collaborazioni e la partecipazione a Sigep 2022

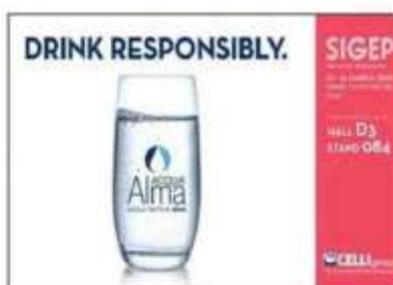
L'imprenditrice digital Paola Peronaci, la sciatrice Federica Bringone e lo chef Mauro Ladu partner del brand del Gruppo Celli

Acqua Alma, brand del Gruppo Celli, dedicato all'acqua trattata, apre il 2022 con una serie di collaborazioni e nuovi eventi. In primis, con Sonia Peronaci, imprenditrice digitale e prima food influencer italiana, che rinnova la partnership con Acqua Alma installando due impianti nel nuovo Loft, spazio polifunzionale dedicato agli eventi di Sonia Fac-

tory. Acqua Alma è molto vicina anche al mondo dello sport affiancando la sciatrice Federica Bringone, che porta avanti il suo progetto di sostenibilità ambientale "Traiettorie Liquide", promuovendo anche con il supporto di Acqua Alma una serie di iniziative come la pulizia dell'area d'arrivo di una pista di Bormio da rifiuti e scarti abbandonati. Acqua Alma ha anche intrapreso importanti collaborazioni in contesti gastronomici d'eccellenza, come quella con lo chef Mauro Ladu del ristorante Abbamele di Mamoiada (NU), che dopo la vittoria al programma televisivo 4 Ristoranti ha scelto proprio Acqua Alma per il suo nuovo locale nel cuore della Sardegna. Lo chef Ladu, come Leonardo Marongiu e molti altri, condivide i valori di Acqua Alma e propone una cucina contemporanea ma al passo con la tradizione. Tra i nuovi eventi e pro-

getti, Celli Group conferma la partecipazione a Sigep 2022 – primo appuntamento fieristico dell'anno, da poco rinominato The Dolce World EXPO, – con le soluzioni per l'erogazione di Acqua Alma. Un appuntamento strategico che si tiene presso la Fiera di Rimini dal 12 al 16 marzo 2022. Infine, ma non per importanza, Acqua Alma rinnova la

longeva partnership con Legambiente che durerà fino al 2025. La collaborazione nasce dalla condivisione di obiettivi ambiziosi e comuni, volti a creare una maggiore sensibilità sul tema dell'acqua come bene prezioso e da tutelare e sull'uso più responsabile di questa risorsa.





Inaugurata una nuova casina dell'acqua a Sant'Agata Feltria nel Piazzale del Parco

Presenti anche gli studenti, presto due erogatori di acqua anche nelle scuole

Attualità



Alcuni momenti dell'inaugurazione.

Giovedì 10 Marzo, presso il Piazzale del Parco, in prossimità del monumento dedicato a Pantani a Sant'Agata Feltria, è stata inaugurata la casina dell'acqua, in collaborazione con la ditta Celli Group. L'impianto di microfiltrazione Acqua Alma, valorizza l'acqua di rete refrigerando e migliorando il gusto.

Durante l'inaugurazione l'**Assessore Polidori**, coinvolgendo alcune classi della scuola media, ha incentrato il discorso sul **risparmio dal punto di vista ambientale che porterà alla collettività**.

"Tale iniziativa permetterà il risparmio di notevoli quantità di plastica, evitando lo spostamento su gomma per tutta Italia di contenitori monouso che poi devono essere smaltiti consumando ulteriore energia".

Durante l'inaugurazione **sono state regalate alcune borracce ai ragazzi delle scuole** affinché si rendano conto, già dalla loro età, di quanto sia importante "non sprecare e riutilizzare".

Polidori ha segnalato che oltre a questa iniziativa il **Comune di Sant'Agata Feltria installerà due erogatori di acqua nelle scuole, tramite un contributo Atersir**.



Presentazione del Libro Bianco “Valore Acqua per l’Italia”



Milano – L’incontro si pone a conclusione del terzo anno di attività della Community Valore Acqua per l’Italia, la piattaforma di confronto di alto livello attivata da The European House – Ambrosetti nel 2019 che tratta il tema della gestione della risorsa acqua come driver di competitività e sviluppo sostenibile, con l’obiettivo di avanzare proposte al sistema-Paese. La Community ha l’ambizione di incidere in modo significativo nel percorso di modernizzazione e rilancio del sistema-Paese. All’evento parteciperanno i Vertici delle aziende Partner della terza edizione della Community (A2A, ACEA, Acquedotto Pugliese, Celli Group, Iren, Hera, MM, SMAT, ANBI – Associazione Nazionale Consorzi di gestione e tutela del territorio e acque irrigue, Schneider Electric, SIT Group, Suez, Alfa Varese, Brianzacque, Consorzio Idrico Terra di Lavoro, Fisia Italimpianti – Gruppo Webuild, Irritec, IWS, Livenza Tagliamento Acque, Maddalena, Padania Acque, RDR, SIAM e SOTECO), i business leader della filiera estesa dell’acqua in Italia e le Istituzioni nazionali ed europee di riferimento, chiamati a confrontarsi sulla situazione attuale e sulle priorità d’azione per la filiera estesa dell’acqua in Italia. Hanno già confermato la loro partecipazione, in qualità di relatori: Edoardo Borgomeo (Water Resources Management Specialist, World Bank Group), Francesca Greco (Water Policy Analyst and Member, London Water Research Group), Enrico Giovannini (Ministro delle Infrastrutture e della Mobilità Sostenibili), Maurizio Giugni (Commissario Straordinario Unico per la realizzazione degli interventi di collettamento, fognatura e depurazione delle acque reflue urbane, Presidenza del

Consiglio dei Ministri), Veronica Manfredi (Director, Quality of Life Directorate; EU Commission – DG Environment), Maurizio Martina (Consigliere Speciale e Vicedirettore Generale aggiunto, FAO), Luca Mercalli (Presidente, Società Meteorologica Italiana), Dalila Nesci (Sottosegretaria per il Sud e la Coesione Territoriale), Alberto Luca Recchi (Esploratore, fotografo subacqueo e scrittore), Alessia Rotta (Presidente della VIII Commissione “Ambiente, Territorio e Lavori Pubblici” della Camera dei deputati) e Valerio De Molli (Managing Partner & CEO, The European House – Ambrosetti). Modererà l’evento Mariangela Pira (Giornalista, SkyTG24). L’evento sarà l’occasione per discutere il Libro Bianco 2022 “Valore Acqua per l’Italia” e il decalogo di proposte e azioni concrete messo a punto per l’Italia, con l’obiettivo di condividere una visione di sviluppo comune per la filiera estesa dell’acqua e concretizzare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili. Sarà inoltre presentata la mappatura della filiera estesa dell’acqua in Italia e nei principali Paesi europei, oltre ai dati dell’Osservatorio 2022 “Valore Acqua per l’Italia” che mettono in evidenza il contributo della risorsa acqua al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell’Agenda 2030 delle Nazioni Unite, anche a confronto con gli altri Paesi dell’Unione Europea. Nel rispetto delle misure di contenimento per combattere la pandemia da COVID-19, stiamo lavorando per realizzare una versione “phygital” dell’evento, con alcuni partecipanti presenti di persona a Roma e altri collegati da remoto.



NUOVA FILIALE FRANCESE PER IL GRUPPO CELLI

Il leader nel mercato del dispensing di bevande apre una nuova sede a Pont-Rémy e consolida ulteriormente la presenza internazionale

Rimini – Il Gruppo Celli, azienda specializzata nella progettazione e produzione di impianti e accessori per l'erogazione di bevande, arriva in Francia con la nuova filiale Celli France che sarà operativa da aprile 2022.

La nuova filiale europea è situata a Pont-Rémy (Abbeville), alle porte della regione Vimeu, conosciuta come una zona altamente strategica e punto di riferimento in Francia per le più importanti multinazionali. La sede vanta una superficie di oltre 2,400 metri quadri con uffici, showroom e un'ampia area di produzione e distribuzione, fondamentali per garantire la massima capillarità e un'elevata qualità di servizio su tutto il territorio.



Il Gruppo, già presente a livello internazionale con 6 stabilimenti produttivi in Italia e Regno Unito e sedi commerciali in Germania, Singapore, Brasile e Stati Uniti, prosegue così il suo percorso di consolidamento a livello mondiale, inserendosi in un mercato strategico e dalle caratteristiche uniche in cui Celli è presente da tempo con tutte le categorie di prodotto (birra, soft drink e acqua) e una rete di professionisti commerciali di alto livello.

Celli France porterà un valore aggiunto al business dell'erogazione di bevande in Francia, grazie a una nuova proposta di prodotti studiata specificamente per le esigenze del mercato francese della birra. Tutti i sistemi per l'erogazione e la refrigerazione di bevande saranno disponibili in stock e in pronta consegna per l'installazione. Inoltre, i consumatori francesi potranno fare affidamento sulla piattaforma e-commerce, dove ordinare rapidamente online e sapere sempre in tempo reale lo stato di avanzamento dell'ordine. Il mercato francese potrà beneficiare dell'elevato livello di innovazione delle soluzioni dedicate al dispensing di bevande del Gruppo, basato su sistemi IoT e data analytics che lavorano su algoritmi proprietari già sviluppati e consolidati in vari Paesi del mondo.

“Con l'apertura della nuova filiale - dichiara Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli - porteremo un valore aggiunto al mercato francese: la consapevolezza che il consumo di bevande erogate è, e continuerà ad essere, di gran lunga più sostenibile rispetto a quello in bottiglia. Ritengo che questo sia un passaggio oggi più che mai critico per una transizione ecologica del consumo di bevande”.

“L'apertura di questa nuova filiale è una favolosa opportunità per entrare a far parte di un mercato consolidato come quello francese e portare la nostra expertise e capacità innovativa nel settore della spillatura di bevande - afferma Joost Samyn, Region Business Director Western Europe, Middle East, Africa. “Celli France ha piani di crescita molto ambiziosi, per questo sono felice di essere qui a guidare il team”.

GRUPPO CELLI. Il Gruppo Celli è leader globale nel settore degli impianti e accessori per l'erogazione di bevande, dalla birra ai soft drink all'acqua. Con quasi 700 dipendenti, l'Azienda - con sede a San Giovanni in Marignano, Rimini - è operativa con 6 stabilimenti produttivi in Italia e UK e con sedi commerciali in Germania, Russia, Singapore, Brasile, Stati Uniti e Francia, esportando i propri prodotti in oltre 100 Paesi nel mondo. Il fatturato 2021 del Gruppo ha raggiunto i 130 milioni di euro, grazie ad una forte crescita, sia organica sia tramite acquisizioni in Italia e UK: dal 2015 ad oggi ha infatti acquisito le inglesi ADS2, Angram Ltd, FJE Plastic Development Ltd, MF Refrigeration e T&J Installation, le aziende italiane Cosmetal, Tecnofrigo ed Ergosystem. Nel 2019, la società d'investimenti privata Ardian è entrata nel Gruppo acquisendone il 100% del capitale, con l'obiettivo di sostenerne la crescita e l'espansione anche a livello internazionale e proseguendo nel percorso di supporto economico portato a termine dal fondo di private equity indipendente Consilium Sgr che ha affiancato il Gruppo nei 5 anni precedenti.

Celli ha inoltre sviluppato in house la più avanzata piattaforma IoT per impianti di erogazione bevande, per il monitoraggio da remoto e in tempo reale dell'andamento di tutti gli impianti di spillatura in modo da poter gestire consumi e funzionamento. Sempre in ambito tecnologico Celli Group ha siglato nel 2021 un accordo con la milanese Cocktail Machine (start-up tecnologica focalizzata sulla preparazione ed erogazione digitale di cocktail) per lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione degli innovativi sistemi digitali connessi per la preparazione e l'erogazione di cocktail, sia alcolici che analcolici. Nel 2021 è nata a Rimini la nuova unit “Celli Asset Management”, che attraverso una piattaforma e-commerce b2b e b2c con tecnologia Salesforce e Microsoft gestisce a 360° il ciclo di vita degli asset precedentemente gestito da terze parti.

Nel mondo dell'acqua, Celli possiede il brand **Acqua Alma**, declinato in una gamma prodotti dedicati al domestico (Acqua Alma Green Building e Acqua Alma Green Family) e al consumo fuori casa (Acqua Alma Restaurant e Acqua Alma Green Office), e attivato varie partnership che coinvolgono il settore della ristorazione e dello sport (Accademia Niko Romito, Sonia Peronaci, Federica Brignone) oltre che quello legato alla sostenibilità ambientale (Legambiente). Il Gruppo è parte della Community Valore Acqua per l'Italia, piattaforma di confronto di alto livello sui temi della gestione della risorsa acqua come driver di competitività e sviluppo, attivata da The European House Ambrosetti.



Celli Group, da aprile nuova sede operativa in Francia a Pont-Remy



Annunciata da Celli group l'apertura di questa sede in Francia che vanta una superficie di oltre 2,400 mq e ospita gli uffici e un'ampia area di produzione e distribuzione. Una nuova gamma di prodotti, per il mercato francese, sarà pronta per la consegna. A disposizione dei consumatori francesi, anche la piattaforma di e-commerce Celli Store dove si potrà ordinare online I contenuti di VeneziaPost sono a pagamento.

Per visualizzare questo articolo e tutti i nostri contenuti scegli tra queste opzioni



PRESENTAZIONE DEL LIBRO BIANCO “VALORE ACQUA PER L’ITALIA” 2022 - 3A EDIZIONE. ACQUA: RISORSA CHIAVE PER IL RILANCIO DEL PAESE

17-03-2022 / redazione watergas.it



Martedì 22 marzo 2022, ore 09.15 – 13.30. Evento “Phygital” #ValoreAcqua Sala delle Statue, Palazzo Rospigliosi (Roma) e videoconferenza

L'incontro si pone a conclusione del terzo anno di attività della Community Valore Acqua per l'Italia, la piattaforma di confronto di alto livello attivata da The European House – Ambrosetti nel 2019 che tratta il tema della gestione della risorsa acqua come driver di competitività e sviluppo sostenibile, con l'obiettivo di avanzare proposte al sistema-Paese. La Community ha l'ambizione di incidere in modo significativo nel percorso di modernizzazione e rilancio del sistema-Paese.

All'evento parteciperanno i Vertici delle aziende Partner della terza edizione della Community (A2A, ACEA, Acquedotto Pugliese, Celli Group, Iren, Hera, MM, SMAT, ANBI – Associazione Nazionale Consorzi di gestione e tutela del territorio e acque irrigue, Schneider Electric, SIT Group, Suez, Alfa Varese, Brianzacque, Consorzio Idrico Terra di Lavoro, Fisia Italmimpianti – Gruppo Webuild, Irritec, IWS, Livenza Tagliamento Acque, Maddalena, Padania Acque, RDR, SIAM e SOTECO), i business leader della filiera estesa dell'acqua in Italia e le Istituzioni nazionali ed europee di riferimento, chiamati a confrontarsi sulla situazione attuale e sulle priorità d'azione per la filiera

estesa dell'acqua in Italia.

Hanno già confermato la loro partecipazione, in qualità di relatori: Edoardo Borgomeo (Water Resources Management Specialist, World Bank Group), Francesca Greco (Water Policy Analyst and Member, London Water Research Group), Enrico Giovannini (Ministro delle Infrastrutture e della Mobilità Sostenibili), Maurizio Giugni (Commissario Straordinario Unico per la realizzazione degli interventi di collettamento, fognatura e depurazione delle acque reflue urbane, Presidenza del Consiglio dei Ministri), Veronica Manfredi (Director, Quality of Life Directorate; EU Commission - DG Environment), Maurizio Martina (Consigliere Speciale e Vicedirettore Generale aggiunto, FAO), Luca Mercalli (Presidente, Società Meteorologica Italiana), Dalila Nesci (Sottosegretaria per il Sud e la Coesione Territoriale), Alberto Luca Recchi (Esploratore, fotografo subacqueo e scrittore), Alessia Rotta (Presidente della VIII Commissione "Ambiente, Territorio e Lavori Pubblici" della Camera dei deputati) e Valerio De Molli (Managing Partner & CEO, The European House – Ambrosetti). Modererà l'evento Mariangela Pira (Giornalista, SkyTG24).

L'evento sarà l'occasione per discutere il Libro Bianco 2022 "Valore Acqua per l'Italia" e il decalogo di proposte e azioni concrete messo a punto per l'Italia, con l'obiettivo di condividere una visione di sviluppo comune per la filiera estesa dell'acqua e concretizzare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili.

Sarà inoltre presentata la mappatura della filiera estesa dell'acqua in Italia e nei principali Paesi europei, oltre ai dati dell'Osservatorio 2022 "Valore Acqua per l'Italia" che mettono in evidenza il contributo della risorsa acqua al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, anche a confronto con gli altri Paesi dell'Unione Europea.

Nel rispetto delle misure di contenimento per combattere la pandemia da COVID-19, stiamo lavorando per realizzare una versione "phygital" dell'evento, con alcuni partecipanti presenti di persona a Roma e altri collegati da remoto.

Per maggiori informazioni visitare il sito [Valore Acqua](#)

Nuova casa dell'acqua a Sant'Agata Feltria

L'assessore Polidori:

«Così potremo risparmiare notevoli quantità di plastica»

SANT'AGATA FELTRIA

Sant'Agata Feltria inaugura una nuova casa dell'acqua. Taglio del nastro nei giorni scorsi presso il Piazzale del Parco, in prossimità del monumento dedicato a Pantani, per la casina dell'acqua, realizzata in sinergia con la ditta Celli Group. Durante l'inaugurazione l'assessore Goffredo Polidori, coinvolgendo alcune classi della scuola media, ha imperniato il discorso sul risparmio di bottiglie di plastica, che tale scelta garantirà. «Questa iniziativa permetterà il risparmio di notevoli quantità di plastica – ha sottolineato – evitando lo spostamento su gomma per tutta Italia di contenitori monouso, che poi vanno smaltiti, consumando ulteriore

energia». Con l'occasione sono state regalate borracce ai ragazzi delle scuole, dove il Comune installerà a stretto giro due erogatori di acqua mediante un contributo Atersir, affinché gli studenti comprendano «quanto sia importante non sprecare».



La nuova Casa dell'acqua



Nuova filiale francese per Gruppo Celli

La nuova filiale Celli France sarà operativa a partire da aprile. Continua così il programma di espansione internazionale di Celli Group



Ascolta la notizia in formato audio

Il Gruppo Celli, azienda specializzata nella progettazione e produzione di impianti e accessori per l'erogazione di bevande, arriva in Francia con la nuova filiale Celli France che sarà operativa da aprile 2022.

La nuova filiale europea è situata a Pont-Rémy (Abbeville), alle porte della regione Vimeu, conosciuta come una zona altamente strategica e punto di riferimento in Francia per le più importanti multinazionali. La sede vanta una superficie di oltre 2,400 metri quadri con uffici, showroom e un'ampia area di produzione e distribuzione, fondamentali per garantire la massima capillarità e un'elevata qualità di servizio su tutto il territorio.

Il Gruppo, già presente a livello internazionale con 6 stabilimenti produttivi in Italia e Regno Unito e sedi commerciali in Germania, Singapore, Brasile e Stati Uniti, prosegue così il suo percorso di consolidamento a livello mondiale, inserendosi in un mercato strategico e dalle caratteristiche uniche in cui Celli è presente da tempo con tutte le categorie di prodotto (birra, soft drink e acqua) e una rete di professionisti commerciali di alto livello.

Celli France porterà un valore aggiunto al business dell'erogazione di bevande in Francia, grazie a una nuova proposta di prodotti studiata specificamente per le esigenze del mercato francese della birra. Tutti i sistemi per l'erogazione e la refrigerazione di bevande saranno disponibili in stock e in pronta consegna per l'installazione. Inoltre, i consumatori francesi potranno fare affidamento sulla piattaforma e-commerce, dove ordinare rapidamente online e sapere sempre in tempo reale lo stato di avanzamento dell'ordine. Il mercato francese potrà beneficiare dell'elevato livello di innovazione delle soluzioni dedicate al dispensing di bevande del Gruppo, basato su sistemi IoT e data analytics che lavorano su algoritmi proprietari già sviluppati e consolidati in vari Paesi del mondo.

“Con l’apertura della nuova filiale – dichiara Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli – porteremo un valore aggiunto al mercato francese: la consapevolezza che il consumo di bevande erogate è, e continuerà ad essere, di gran lunga più sostenibile rispetto a quello in bottiglia. Ritengo che questo sia un passaggio oggi più che mai critico per una transizione ecologica del consumo di bevande”.

“L’apertura di questa nuova filiale è una favolosa opportunità per entrare a far parte di un mercato consolidato come quello francese e portare la nostra expertise e capacità innovativa nel settore della spillatura di bevande – afferma Joost Samyn, Region Business Director Western Europe, Middle East, Africa. “Celli France ha piani di crescita molto ambiziosi, per questo sono felice di essere qui a guidare il team”.





Celli scommette sulla birra in Francia. Nuova filiale a Pont-Rémy

Di [Redazione21 Marzo 2022](#)

Continua la corsa all'estero di **Celli**, gruppo attivo nel settore degli impianti e accessori per l'erogazione di bevande (tra i brand conta **AcquaAlma**), che apre una nuova filiale in Francia situata a Pont-Rémy (Abbeville), alle porte della regione Vimeu. Come si legge nella nota ufficiale, "Celli France porterà un valore aggiunto al business dell'erogazione di bevande in Francia, grazie a una nuova proposta di prodotti studiata specificamente per le esigenze del mercato francese della birra".

La nuova sede, che sarà operativa da aprile 2022, vanta una superficie di oltre 2.400 metri quadri con uffici, showroom e un'ampia area di produzione e distribuzione. Tutti i sistemi per l'erogazione e la refrigerazione di bevande saranno quindi disponibili in stock e in pronta consegna per l'installazione. Inoltre, i consumatori francesi potranno ricorrere anche alla piattaforma e-commerce attraverso la quale è possibile effettuare ordini online e sapere sempre in tempo reale lo stato di avanzamento degli stessi.

"Con l'apertura della nuova filiale – dichiara **Mauro Gallavotti**, CEO del gruppo da 130 milioni di euro nel 2021 – porteremo un valore aggiunto al mercato francese: la consapevolezza che il consumo di bevande erogate è, e continuerà ad essere, di gran lunga più sostenibile rispetto a quello in bottiglia. Ritengo che questo sia un passaggio oggi più che mai critico per una transizione ecologica del consumo di bevande".

Il gruppo Celli, come anticipato, è già presente a livello internazionale. Annovera infatti sei stabilimenti produttivi in Italia e nel Regno Unito e sedi commerciali in Germania, Singapore, Brasile e Stati Uniti.

Nel 2021 il gruppo ha aperto a Rimini la nuova unit [Celli Asset Management](#), che attraverso una piattaforma e-commerce b2b e b2c gestisce a 360° il ciclo di vita degli asset precedentemente gestito da terze parti. Sempre lo scorso anno, Celli ha siglato un accordo con la milanese [Cocktail Machine](#) per lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di sistemi digitali connessi per la preparazione e l'erogazione di cocktail.

Dal 2015 a oggi, il gruppo ha inoltre messo a segno diverse acquisizioni: le aziende inglesi **ADS2, Angram, Fje Plastic Development, Mf Refrigeration e T&J Installation**; a cui si aggiungono le aziende italiane **Cosmetal, Tecnofrigo ed Ergosystem**. Nel 2019, la società d'investimenti privata **Ardian** è entrata nel gruppo, acquisendo il 100% del capitale, con l'obiettivo di sostenerne la crescita e l'espansione.



Il Gruppo Celli celebra la Giornata Mondiale dell'Acqua con la Community Valore Acqua per l'Italia e lo chef Niko Romito

Il Gruppo Celli celebra la Giornata Mondiale dell'Acqua Il Gruppo Celli, leader globale nel settore degli impianti e accessori per la spillatura di bevande, con il brand Acqua Alma celebra domani la Giornata Mondiale dell'Acqua attraverso due appuntamenti volti a sensibilizzare i cittadini e le istituzioni all'uso responsabile e consapevole dell'oro blu, la risorsa più preziosa che abbiamo.

Il Gruppo Celli celebra la Giornata Mondiale dell'Acqua

La giornata inizierà con la partecipazione all'evento di presentazione della terza edizione del Libro Bianco 2022 'Valore Acqua per l'Italia', che si terrà presso Palazzo Rospigliosi a Roma. Il libro bianco è realizzato dalla Community Valore Acqua per l'Italia, piattaforma di alto livello multi-stakeholder sulla gestione delle risorse idriche come driver di competitività e sviluppo industriale, di cui Celli è partner fondatore, attivata da The European House Ambrosetti nel 2019. Riconfermando il proprio impegno e il proprio approccio da sempre orientato alla sostenibilità, il Gruppo Celli insieme agli altri partner della Community presenterà il decalogo di proposte e azioni concrete messo a punto per il nostro Paese sul tema risorsa idrica, con l'obiettivo di condividere una visione di sviluppo comune per la filiera estesa dell'acqua e concretizzare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili. Per l'occasione, all'interno di un panel dal titolo " Il valore dell'acqua nella filiera agroalimentare dal campo alla tavola ", intervengono: Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli; Niko Romito, Chef stellato e fondatore dell'Accademia Niko Romito, Maurizio Martina, Vicedirettore Generale della FAO ed Ettore Prandini, Presidente di Coldiretti.

Il Gruppo Celli celebra la Giornata Mondiale dell'Acqua

Il secondo appuntamento, nel pomeriggio, vedrà un momento di confronto tra Acqua Alma e Accademia Niko Romito, con la presentazione dell'iniziativa 'L'acqua: da ingrediente segreto a protagonista della cucina di ricerca'. Mauro Gallavotti e Niko Romito parleranno del valore e del ruolo dell'acqua a tavola e nella cucina di ricerca, dando vita ad una Masterclass a cura dello chef, che realizzerà davanti ai suoi allievi una serie di piatti il cui ingrediente principale sarà proprio l'acqua, protagonista nei ravioli di ricotta di pecora – rientrati nel menu dopo quasi vent'anni – e nell'anatra fredda e acqua affumicata (2018), piatto che prevede l'uso innovativo dell'acqua grazie alla tecnica della contaminazione a freddo, per poi concludere con l'infuso di limone, un classico della cucina di Romito che firma la conclusione dei suoi menù. L'obiettivo dell'iniziativa è trasmettere ai ragazzi dell'Accademia Niko Romito quanto sia preziosa l'acqua nella ristorazione, spiegando come dare valore a un ingrediente nato povero, ma di fondamentale importanza e, cercando di educare all'utilizzo responsabile della risorsa.

Il Gruppo Celli celebra la Giornata Mondiale dell'Acqua

"L'Italia è un Paese ricco di paradossi legati all'acqua – dichiara Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli – solo il 29,3% dei cittadini italiani beve abitualmente acqua del rubinetto, siamo al 1° posto in Europa e al Mondo per consumo di acqua minerale in bottiglia, ma allo stesso tempo siamo uno dei Paesi con la qualità dell'acqua di rete tra le migliori in Europa. Serve un cambiamento, il più veloce possibile, verso un consumo più

sostenibile ed attento dell'acqua. Proprio per questo con il brand Acqua Alma promuoviamo una conversione culturale dei consumi orientata al superamento del contenitore monouso e offriamo soluzioni avanzate per l'erogazione dell'acqua in ogni occasione di consumo: a casa, in ufficio ed al ristorante”.

Il Gruppo Celli celebra la Giornata Mondiale dell'Acqua

“Credo sia giunto il momento di comprendere il nostro ruolo nel mondo: non siamo padroni, ma ospiti del pianeta – dichiara Niko Romito. Con il nuovo ruolo sociale che noi cuochi stiamo acquisendo, possiamo e dobbiamo farci portatori di messaggi decisivi per la salvaguardia delle nostre società democratiche e di tutto il pianeta. L'acqua è l'elemento semplicemente decisivo, così come lo è il valore etico del ruolo dei professionisti della trasformazione del cibo. Un cuoco oggi non può ignorare temi come la sostenibilità ambientale, l'ecologia, l'impatto sulla salute di ciò che mangiamo e quando scegliamo il cibo da servire sulle nostre tavole dobbiamo essere consapevoli dell'impatto idrico che quel cibo produce sul nostro pianeta e trasferire questa conoscenza agli allievi di oggi, che saranno i cuochi di domani. L'acqua ha un potenziale incredibile che in una cucina di ricerca merita di essere espresso. Non è solo un ingrediente necessario, ma al contrario, è un ingrediente talmente prezioso che in molti dei miei piatti è diventato protagonista”.

Il Gruppo Celli celebra la Giornata Mondiale dell'Acqua

Link per seguire la presentazione della Community Valore Acqua per l'Italia ore 9.15

Presentazione del Libro Bianco “Valore Acqua per l'Italia” – 3a Edizione. Acqua: risorsa chiave per il rilancio del Paese (ambrosetti.eu)

Il Gruppo Celli celebra la Giornata Mondiale dell'Acqua

Seguite la diretta di Acqua Alma con l'Accademia Niko Romito sui nostri canali social alle 14:00!

www.celligroup.com www.acquaalma.com

@acquaalma

**IL GRUPPO CELLI** ▶ CON LA COMMUNITY VALORE ACQUA PER L'ITALIA E LO CHEF NIKO ROMITO

Il Gruppo Celli celebra la giornata mondiale dell'acqua

Il Gruppo Celli, leader globale nel settore degli impianti e accessori per la spillatura di bevande, con il brand Acqua Alma celebra oggi la Giornata Mondiale dell'Acqua attraverso due appuntamenti volti a sensibilizzare i cittadini e le istituzioni all'uso responsabile e consapevole dell'oro blu, la risorsa più preziosa che abbiamo. La giornata inizierà con la partecipazione all'evento di presentazione della terza edizione del Libro Bianco 2022 'Valore Acqua per l'Italia', che si terrà presso Palazzo Rospigliosi a Roma.

Il Libro Bianco è realizzato dalla Community Valore Acqua per l'Italia, piattaforma di alto livello multi-stakeholder sulla gestione delle risorse idriche come driver di competitività e sviluppo industriale, di cui Celli è partner fondatore, attivata da The European House Ambrosetti nel 2019.

Per l'occasione, all'interno di un panel dal titolo "Il valore dell'acqua nella filiera agroalimentare dal campo alla tavola", intervorranno: Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli; Niko Romito, Chef stellato e fondatore dell'Accademia Niko Romito, Maurizio Martina, Vicedirettore Generale della FAO ed Ettore Prandini, Presidente di Coldiretti. Il secondo appuntamento, nel pomeriggio, vedrà un momento di confronto tra Acqua Alma e Accademia Niko Romito, con la presentazione dell'iniziativa 'L'acqua: da ingrediente se-

greto a protagonista della cucina di ricerca'.

Mauro Gallavotti e Niko Romito parleranno del valore e del ruolo dell'acqua a tavola e nella cucina di ricerca, dando vita ad una Masterclass a cura dello chef, che realizzerà davanti ai suoi allievi una serie di piatti il cui ingrediente principale sarà proprio l'acqua, protagonista nei ravioli di ricotta di pecora e nell'anatra fredda e acqua affumicata, per poi concludere con l'infuso di limone.

L'obiettivo dell'iniziativa è trasmettere ai ragazzi dell'Accademia Niko Romito quanto sia preziosa l'acqua nella ristorazione, spiegando come dare valore a un ingrediente nato povero, ma di fondamentale impor-

tanza e cercando di educare all'utilizzo responsabile della risorsa. "L'Italia è un Paese ricco di paradossi legati all'acqua - dichiara Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli - solo il 29,3% dei cittadini italiani beve abitualmente acqua del rubinetto, siamo al 1° posto in Europa e al Mondo per consumo di acqua minerale in bottiglia, ma allo stesso tempo siamo uno dei Paesi con la qualità dell'acqua di rete tra le migliori in Europa. Serve un cambiamento, il più veloce possibile, verso un consumo più sostenibile ed attento dell'acqua.

Proprio per questo con il brand Acqua Alma promuoviamo una conversione culturale dei consumi orientata al superamento del contenitore monouso e offriamo soluzioni avanzate per l'erogazio-



Celli scommette sulla birra in Francia. Nuova filiale a Pont-Rémy



Continua la corsa all'estero di **Celli**, gruppo attivo nel settore degli impianti e accessori per l'erogazione di bevande (tra i brand conta **AcquaAlma**), che apre una nuova filiale in Francia situata a Pont-Rémy (Abbeville), alle porte della regione Vimeu. Come si legge nella nota ufficiale, "Celli France porterà un valore aggiunto al business dell'erogazione di bevande in Francia, grazie a una nuova proposta di prodotti studiata specificamente per le esigenze del mercato francese della birra".

La nuova sede, che sarà operativa da aprile 2022, vanta una superficie di oltre 2.400 metri quadri con uffici, showroom e un'ampia area di produzione e distribuzione. Tutti i sistemi per l'erogazione e la refrigerazione di bevande saranno quindi disponibili in stock e in pronta consegna per l'installazione. Inoltre, i consumatori francesi potranno ricorrere anche alla piattaforma e-commerce attraverso la quale è possibile effettuare ordini online e sapere sempre in tempo reale lo stato di avanzamento degli stessi.

"Con l'apertura della nuova filiale – dichiara **Mauro Gallavotti**, CEO del gruppo da 130 milioni di euro nel 2021 – porteremo un valore aggiunto al mercato francese: la consapevolezza che il consumo di bevande erogate è, e continuerà ad essere, di gran lunga più sostenibile rispetto a quello in bottiglia. Ritengo che questo sia un passaggio oggi più che mai critico per una transizione ecologica del consumo di bevande".

Il gruppo Celli, come anticipato, è già presente a livello internazionale. Annovera infatti sei stabilimenti produttivi in Italia e nel Regno Unito e sedi commerciali in Germania, Singapore, Brasile e Stati Uniti.

Nel 2021 il gruppo ha aperto a Rimini la nuova unit **Celli Asset Management**, che attraverso una piattaforma e-commerce b2b e b2c gestisce a 360° il ciclo di vita degli asset precedentemente gestito da terze parti. Sempre lo scorso anno, Celli ha siglato un accordo con la milanese **Cocktail Machine** per lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di sistemi digitali connessi per la preparazione e l'erogazione di cocktail.

Dal 2015 a oggi, il gruppo ha inoltre messo a segno diverse acquisizioni: le aziende inglesi **ADS2**, **Angram**, **Fje Plastic Development**, **Mf Refrigeration** e **T&J Installation**;

ne dell'acqua in ogni occasione di consumo: a casa, in ufficio ed al ristorante". Proprio con questa missione il Gruppo Celli offre al mercato tante soluzioni Acqua Alma, come Green Family la nuova offerta destinata a cambiare i consumi di acqua di milioni di famiglie, che consente di avere un'acqua buona e sicura, comodamente a casa, sempre disponibile, che fa bene all'ambiente, o Green Restaurant per tutti quei locali attenti all'ambiente che vogliono offrire ai propri clienti un'acqua buona e a Km zero, senza rinunciare alla praticità di un servizio sempre disponibile e senza stoccaggio.



MAURO GALLAVOTTI, CEO GRUPPO CELLI - NIKO ROMITO, CHEF STELLATO

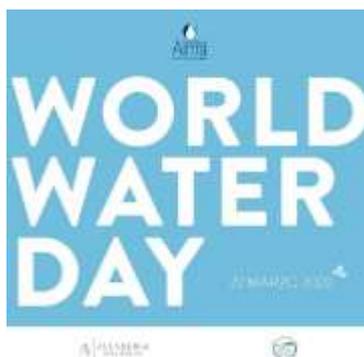
DRINK RESPONSIBLY.



WWW.CELLI.COM



Giornata Mondiale Acqua, due appuntamenti col Gruppo Celli



Il **Gruppo Celli** celebra oggi la Giornata Mondiale dell'Acqua attraverso due appuntamenti volti a sensibilizzare i cittadini e le istituzioni all'uso responsabile e consapevole dell'oro blu, la risorsa più preziosa che abbiamo.

La giornata inizia con la partecipazione all'evento di presentazione della **terza edizione del Libro Bianco 2022 'Valore Acqua per l'Italia'**, che si terrà presso Palazzo Rospigliosi a Roma. Il libro bianco è realizzato dalla Community Valore Acqua per l'Italia, piattaforma di alto livello multi-stakeholder sulla gestione delle risorse idriche come driver di competitività e sviluppo industriale, di cui Celli è partner fondatore, attivata da The European House Ambrosetti nel 2019.

Riconfermando il proprio impegno e il proprio approccio da sempre orientato alla **sostenibilità**, il Gruppo Celli insieme agli altri partner della Community presenterà il **decalogo di proposte e azioni** concrete messo a punto per il nostro Paese sul tema risorsa idrica, con l'obiettivo di condividere una visione di sviluppo comune per la filiera estesa dell'acqua e concretizzare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili.

Per l'occasione, all'interno di un panel dal titolo **"Il valore dell'acqua nella filiera agroalimentare dal campo alla tavola"**, intervengono: Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli; Niko Romito, Chef stellato e fondatore dell'Accademia Niko Romito, Maurizio Martina, Vicedirettore Generale della FAO ed Ettore Prandini, Presidente di Coldiretti.

Il secondo appuntamento, nel pomeriggio, vedrà un momento di confronto tra Acqua Alma e Accademia Niko Romito, con la presentazione dell'iniziativa 'L'acqua: da ingrediente segreto a protagonista della cucina di ricerca'. Mauro Gallavotti e **Niko Romito** parleranno del valore e del ruolo dell'acqua a tavola e nella cucina di ricerca, dando vita ad una Masterclass a cura dello chef, che realizzerà davanti ai suoi allievi una serie di piatti il cui ingrediente principale sarà proprio l'acqua, protagonista nei ravioli di ricotta di pecora – rientrati nel menu dopo quasi vent'anni – e nell'anatra fredda e acqua affumicata (2018), piatto che prevede **l'uso innovativo dell'acqua** grazie alla tecnica della contaminazione a freddo, per poi concludere con l'infuso di limone, un classico della cucina di Romito che firma la conclusione dei suoi menù. L'obiettivo dell'iniziativa è trasmettere ai ragazzi dell'Accademia Niko Romito quanto sia preziosa l'acqua nella ristorazione, spiegando come **dare valore a un ingrediente nato povero**,

ma di fondamentale importanza e, cercando di educare all'utilizzo responsabile della risorsa.



*“L'Italia è un Paese ricco di paradossi legati all'acqua – dichiara **Mauro Gallavotti**, CEO del Gruppo Celli – solo il 29,3% dei cittadini italiani beve abitualmente acqua del rubinetto, siamo al 1° posto in Europa e al Mondo per consumo di acqua minerale in bottiglia, ma allo stesso tempo siamo uno dei Paesi con la qualità dell'acqua di rete tra le migliori in Europa. Serve un cambiamento, il più veloce possibile, verso un **consumo più sostenibile ed attento dell'acqua**. Proprio per questo con il brand Acqua Alma promuoviamo una conversione culturale dei consumi orientata al superamento del contenitore monouso e offriamo soluzioni avanzate per l'erogazione dell'acqua in ogni occasione di consumo: a casa, in ufficio ed al ristorante”.*



*“Credo sia giunto il momento di comprendere il nostro ruolo nel mondo: non siamo padroni, ma ospiti del pianeta – dichiara **Niko Romito**. Con il nuovo ruolo sociale che noi cuochi stiamo acquisendo, possiamo e dobbiamo farci **portatori di messaggi decisivi** per la salvaguardia delle nostre società democratiche e di tutto il pianeta. L'acqua è l'elemento semplicemente decisivo, così come lo è il valore etico del ruolo dei professionisti della trasformazione del cibo. Un cuoco oggi non può ignorare temi come la*

sostenibilità ambientale, l'ecologia, l'impatto sulla salute di ciò che mangiamo e quando scegliamo il cibo da servire sulle nostre tavole dobbiamo essere consapevoli dell'impatto idrico che quel cibo produce sul nostro pianeta e trasferire questa conoscenza agli allievi di oggi, che saranno i cuochi di domani. L'acqua ha un potenziale incredibile che in una

cucina di ricerca merita di essere espresso. Non è solo un ingrediente necessario, ma al contrario, è un ingrediente talmente prezioso che in molti dei miei piatti è diventato protagonista”.



Gruppo Celli celebra con lo chef Niko Romito la Giornata Mondiale dell'Acqua

Il Gruppo Celli celebra la Giornata mondiale dell'acqua con la community Valore Acqua per l'Italia e lo chef Niko Romito



Ascolta la notizia in formato audio

Il Gruppo Celli, leader globale nel settore degli impianti e accessori per la spillatura di bevande, con il brand Acqua Alma celebra oggi la Giornata Mondiale dell'Acqua attraverso due appuntamenti volti a sensibilizzare i cittadini e le istituzioni all'uso responsabile e consapevole dell'oro blu, la risorsa più preziosa che abbiamo.

La giornata inizierà con la partecipazione all'evento di presentazione della terza edizione del Libro Bianco 2022 'Valore Acqua per l'Italia', che si terrà presso Palazzo Rospigliosi a Roma. Il libro bianco è realizzato dalla Community Valore Acqua per l'Italia, piattaforma di alto livello multi-stakeholder sulla gestione delle risorse idriche come driver di competitività e sviluppo industriale, di cui Celli è partner fondatore, attivata da The European House Ambrosetti nel 2019. Riconfermando il proprio impegno e il proprio approccio da sempre orientato alla sostenibilità, il Gruppo Celli insieme agli altri partner della Community presenterà il decalogo di proposte e azioni concrete messo a punto per il nostro Paese sul tema risorsa idrica, con l'obiettivo di condividere una visione di sviluppo comune per la filiera estesa dell'acqua e concretizzare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili. Per l'occasione, all'interno di un panel dal titolo "Il valore dell'acqua nella filiera agroalimentare dal campo alla tavola", intervengono: Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli; Niko Romito, Chef stellato e fondatore dell'Accademia Niko Romito, Maurizio Martina, Vicedirettore Generale della FAO ed Ettore Prandini, Presidente di Coldiretti.

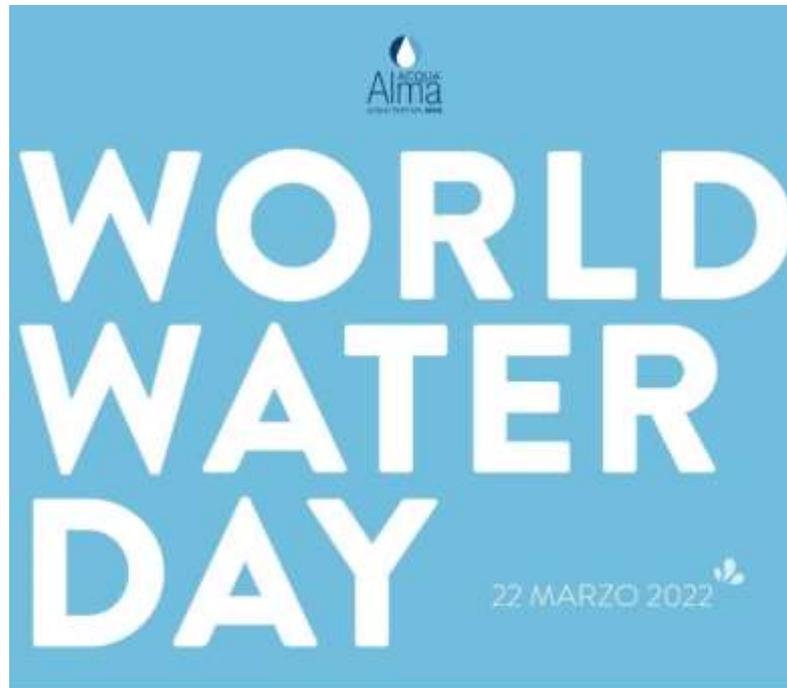
Il secondo appuntamento, nel pomeriggio, vedrà un momento di confronto tra Acqua Alma e Accademia Niko Romito, con la presentazione dell'iniziativa 'L'acqua: da ingrediente segreto a protagonista della cucina di ricerca'.

Mauro Gallavotti e Niko Romito parleranno del valore e del ruolo dell'acqua a tavola e

nella cucina di ricerca, dando vita ad una Masterclass a cura dello chef, che realizzerà davanti ai suoi allievi una serie di piatti il cui ingrediente principale sarà proprio l'acqua, protagonista nei ravioli di ricotta di pecora – rientrati nel menu dopo quasi vent'anni – e nell'anatra fredda e acqua affumicata (2018), piatto che prevede l'uso innovativo dell'acqua grazie alla tecnica della contaminazione a freddo, per poi concludere con l'infuso di limone, un classico della cucina di Romito che firma la conclusione dei suoi menù. L'obiettivo dell'iniziativa è trasmettere ai ragazzi dell'Accademia Niko Romito quanto sia preziosa l'acqua nella ristorazione, spiegando come dare valore a un ingrediente nato povero, ma di fondamentale importanza e, cercando di educare all'utilizzo responsabile della risorsa.

“L'Italia è un Paese ricco di paradossi legati all'acqua – dichiara Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli – solo il 29,3% dei cittadini italiani beve abitualmente acqua del rubinetto, siamo al 1° posto in Europa e al Mondo per consumo di acqua minerale in bottiglia, ma allo stesso tempo siamo uno dei Paesi con la qualità dell'acqua di rete tra le migliori in Europa. Serve un cambiamento, il più veloce possibile, verso un consumo più sostenibile ed attento dell'acqua. Proprio per questo con il brand Acqua Alma promuoviamo una conversione culturale dei consumi orientata al superamento del contenitore monouso e offriamo soluzioni avanzate per l'erogazione dell'acqua in ogni occasione di consumo: a casa, in ufficio ed al ristorante”.

“Credo sia giunto il momento di comprendere il nostro ruolo nel mondo: non siamo padroni, ma ospiti del pianeta – dichiara Niko Romito. Con il nuovo ruolo sociale che noi cuochi stiamo acquisendo, possiamo e dobbiamo farci portatori di messaggi decisivi per la salvaguardia delle nostre società democratiche e di tutto il pianeta. L'acqua è l'elemento semplicemente decisivo, così come lo è il valore etico del ruolo dei professionisti della trasformazione del cibo. Un cuoco oggi non può ignorare temi come la sostenibilità ambientale, l'ecologia, l'impatto sulla salute di ciò che mangiamo e quando scegliamo il cibo da servire sulle nostre tavole dobbiamo essere consapevoli dell'impatto idrico che quel cibo produce sul nostro pianeta e trasferire questa conoscenza agli allievi di oggi, che saranno i cuochi di domani. L'acqua ha un potenziale incredibile che in una cucina di ricerca merita di essere espresso. Non è solo un ingrediente necessario, ma al contrario, è un ingrediente talmente prezioso che in molti dei miei piatti è diventato protagonista”.



Questo articolo ha una valutazione media di: Ancora nessun voto.

Autore articolo:

Redazione Altri articoli:

Puoi usare i filtri dei menu a tendina per selezionare gli autori o le categorie o fare una ricerca libera.

AllAngela PetroccioneDavide Di VietroFabio RussoRedazione 7 Horecanewsnotinmorfeo
RedazioneRedazione 2Redazione 3Redazione 4Redazione 5Rosaria CastaldoSimona
RicciValentina Masotti



GIORNATA DELL'ACQUA, IL GRUPPO CELLI LA CELEBRA CON LO CHEF NIKO ROMITO

[22 Marzo 2022](#) - 11:37



RIMINI – Il Gruppo Celli, leader globale nel settore degli impianti e accessori per la spillatura di bevande, con il brand Acqua Alma celebra domani la Giornata Mondiale dell'Acqua attraverso due appuntamenti volti a sensibilizzare i cittadini e le istituzioni all'uso responsabile e consapevole dell'oro blu, la risorsa più preziosa che abbiamo.

La giornata inizierà con la partecipazione all'evento di presentazione della terza edizione del Libro Bianco 2022 'Valore Acqua per l'Italia', che si terrà presso Palazzo Rospigliosi a Roma. Il libro bianco è realizzato dalla Community Valore Acqua per l'Italia, piattaforma di alto livello multi-stakeholder sulla gestione delle risorse idriche come driver di competitività e sviluppo industriale, di cui Celli è partner fondatore, attivata da The European House Ambrosetti nel 2019.

Riconfermando il proprio impegno e il proprio approccio da sempre orientato alla sostenibilità – si legge in una nota – il Gruppo Celli insieme agli altri partner della Community presenterà il decalogo di proposte e azioni concrete messo a punto per il nostro Paese sul tema risorsa idrica, con l'obiettivo di condividere una visione di sviluppo comune per la filiera estesa dell'acqua e concretizzare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili.

Per l'occasione, all'interno di un panel dal titolo "Il valore dell'acqua nella filiera agroalimentare dal campo alla tavola", interverranno **Mauro Gallavotti**, amministratore delegato del Gruppo Celli; **Niko Romito**, chef stellato e fondatore dell'Accademia Niko Romito, **Maurizio Martina**, vicedirettore generale della Fao ed **Ettore Prandini**, presidente di Coldiretti.

Il secondo appuntamento, nel pomeriggio, vedrà un momento di confronto tra Acqua Alma e Accademia Niko Romito, con la presentazione dell'iniziativa 'L'acqua: da ingrediente segreto a protagonista della cucina di ricerca'. Mauro Gallavotti e Niko Romito parleranno del valore e del ruolo dell'acqua a tavola e nella cucina di ricerca, dando vita ad una Masterclass a cura dello chef, che realizzerà davanti ai suoi allievi una serie di piatti il cui ingrediente principale sarà proprio l'acqua, protagonista nei ravioli di ricotta di pecora – rientrati nel menu dopo quasi vent'anni – e nell'anatra fredda e acqua affumicata (2018), piatto che prevede l'uso innovativo dell'acqua grazie alla tecnica della contaminazione a freddo, per poi concludere con l'infuso di limone, un classico della cucina di Romito che firma la conclusione dei suoi menù. L'obiettivo dell'iniziativa è trasmettere ai ragazzi dell'Accademia Niko Romito quanto sia preziosa l'acqua nella ristorazione, spiegando come dare valore a un ingrediente nato povero, ma di fondamentale importanza e, cercando di educare all'utilizzo responsabile della risorsa. "L'Italia è un Paese ricco di paradossi legati all'acqua – dichiara Mauro Gallavotti – solo il 29,3% dei cittadini italiani beve abitualmente acqua del rubinetto, siamo al 1° posto in Europa e al Mondo per consumo di acqua minerale in bottiglia, ma allo stesso tempo siamo uno dei Paesi con la qualità dell'acqua di rete tra le migliori in Europa. Serve un cambiamento, il più veloce possibile, verso un consumo più sostenibile ed attento dell'acqua. Proprio per questo con il brand Acqua Alma promuoviamo una conversione culturale dei consumi orientata al superamento del contenitore monouso e offriamo soluzioni avanzate per l'erogazione dell'acqua in ogni occasione di consumo: a casa, in ufficio ed al ristorante".

"Credo sia giunto il momento di comprendere il nostro ruolo nel mondo: non siamo padroni, ma ospiti del pianeta – dichiara Niko Romito – . Con il nuovo ruolo sociale che noi cuochi stiamo acquisendo, possiamo e dobbiamo farci portatori di messaggi decisivi per la salvaguardia delle nostre società democratiche e di tutto il pianeta. L'acqua è l'elemento semplicemente decisivo, così come lo è il valore etico del ruolo dei professionisti della trasformazione del cibo. Un cuoco oggi non può ignorare temi come la sostenibilità ambientale, l'ecologia, l'impatto sulla salute di ciò che mangiamo e quando scegliamo il cibo da servire sulle nostre tavole dobbiamo essere consapevoli dell'impatto idrico che quel cibo produce sul nostro pianeta e trasferire questa conoscenza agli allievi di oggi, che saranno i cuochi di domani. L'acqua ha un potenziale incredibile che in una cucina di ricerca merita di essere espresso. Non è solo un ingrediente necessario, ma al contrario, è un ingrediente talmente prezioso che in molti dei miei piatti è diventato protagonista".



Accademia Niko Romito, il Gruppo Celli e Acqua Alma celebrano insieme la giornata mondiale dell'acqua



IL GRUPPO CELLI INSIEME ALLO CHEF NIKO ROMITO CELEBRA LA GIORNATA MONDIALE DELL'ACQUA CON LA COMMUNITY VALORE ACQUA PER L'ITALIA

Rimini, 21 marzo 2022 – Il Gruppo Celli, leader globale nel settore degli impianti e accessori per la spillatura di bevande, con il brand Acqua Alma celebra domani la Giornata Mondiale dell'Acqua attraverso due appuntamenti volti a sensibilizzare i cittadini e le istituzioni all'uso responsabile e consapevole dell'oro blu, la risorsa più preziosa che abbiamo.

La giornata inizierà con la partecipazione all'evento di presentazione della terza edizione del Libro Bianco 2022 'Valore Acqua per l'Italia', che si terrà presso Palazzo Rospigliosi a Roma. Il libro bianco è realizzato dalla Community Valore Acqua per l'Italia, piattaforma di alto livello multi-stakeholder sulla gestione delle risorse idriche come driver di competitività e sviluppo industriale, di cui Celli è partner fondatore, attivata da The European House Ambrosetti nel 2019.

Riconfermando il proprio impegno e il proprio approccio da sempre orientato alla sostenibilità, il Gruppo Celli insieme agli altri partner della Community presenterà il decalogo di proposte e azioni concrete messo a punto per il nostro Paese sul tema risorsa idrica, con l'obiettivo di condividere una visione di sviluppo comune per la filiera estesa dell'acqua e concretizzare, alla pari di altre economie, il rilancio del Paese verso modelli di produzione e consumo sostenibili. Per l'occasione, all'interno di un panel dal titolo "Il valore dell'acqua nella filiera agroalimentare dal campo alla tavola", intervengono: Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli; Niko Romito, Chef stellato e fondatore dell'Accademia Niko Romito, Maurizio Martina, Vicedirettore Generale della FAO ed Ettore Prandini, Presidente di Coldiretti.

Il secondo appuntamento, nel pomeriggio, vedrà un momento di confronto tra Acqua Alma e Accademia Niko Romito, con la presentazione dell'iniziativa 'L'acqua: da ingrediente segreto a protagonista della cucina di ricerca'. Mauro Gallavotti e Niko Romito parleranno del valore e del ruolo dell'acqua a tavola e nella cucina di ricerca, dando vita ad una Masterclass a cura dello chef, che realizzerà davanti ai suoi allievi una serie di piatti il cui ingrediente principale sarà proprio l'acqua, protagonista nei ravioli di ricotta di pecora – rientrati nel menu dopo quasi vent'anni – e nell'anatra fredda e acqua affumicata (2018), piatto che prevede l'uso innovativo dell'acqua grazie alla tecnica della contaminazione a freddo, per poi concludere con l'infuso di limone, un classico della cucina di Romito che firma la conclusione dei suoi menù. L'obiettivo dell'iniziativa è trasmettere ai ragazzi dell'Accademia Niko Romito quanto sia preziosa l'acqua nella ristorazione, spiegando come dare valore a un ingrediente nato povero, ma di fondamentale importanza e, cercando di educare all'utilizzo responsabile della risorsa.

"L'Italia è un Paese ricco di paradossi legati all'acqua – dichiara Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli – solo il 29,3% dei cittadini italiani beve abitualmente acqua del rubinetto, siamo al 1° posto in Europa e al Mondo per consumo di acqua minerale in bottiglia, ma allo stesso tempo siamo uno dei Paesi con la qualità dell'acqua di rete tra le migliori in Europa. Serve un cambiamento, il più veloce possibile, verso un consumo più sostenibile ed attento dell'acqua. Proprio per questo con il brand Acqua Alma promuoviamo una conversione culturale dei consumi orientata al superamento del contenitore monouso e offriamo soluzioni avanzate per l'erogazione dell'acqua in ogni occasione di consumo: a casa, in ufficio ed al ristorante".

"Credo sia giunto il momento di comprendere il nostro ruolo nel mondo: non siamo padroni, ma ospiti del pianeta – dichiara Niko Romito. Con il nuovo ruolo sociale che noi cuochi stiamo acquisendo, possiamo e dobbiamo farci portatori di messaggi decisivi per la salvaguardia delle nostre società democratiche e di tutto il pianeta. L'acqua è l'elemento semplicemente decisivo, così come lo è il valore etico del ruolo dei professionisti della trasformazione del cibo. Un cuoco oggi non può ignorare temi come la sostenibilità ambientale, l'ecologia, l'impatto sulla salute di ciò che mangiamo e quando scegliamo il cibo da servire sulle nostre tavole dobbiamo essere consapevoli dell'impatto idrico che quel cibo produce sul nostro pianeta e trasferire questa conoscenza agli allievi di oggi, che saranno i cuochi di domani.

L'acqua ha un potenziale incredibile che in una cucina di ricerca merita di essere espresso. Non è solo un ingrediente necessario, ma al contrario, è un ingrediente talmente prezioso che in molti dei miei piatti è diventato protagonista".



Acqua, 5 consigli per gestirla al meglio - AgroNotizie - Agrimeccanica 22/03/2022 - 15:47

Di giorno, infatti, si aumenta il rischio di evaporazione e quindi lo spreco della risorsa idrica. Di giorno, infatti, si aumenta il rischio di evaporazione e quindi lo spreco della risorsa idrica.

Un dato che deve far riflettere e ricordarci l'importanza di intraprendere azioni concrete per la salvaguardia della risorsa acqua.

In occasione della Giornata Mondiale dell'Acqua, 5 consigli per usarla al meglio. Fonte foto: Irritec. (Agronotizie)

Su altri giornali

Il Piano nazionale di ripresa e resilienza destina alla Tutela del territorio e della risorsa idrica 4,4 miliardi di investimenti (di cui 3,5 miliardi per le aziende del servizio idrico integrato). È il quadro che emerge dal nuovo Blue Book, realizzato dalla Fondazione Utilitatis in collaborazione con Cassa Depositi e Prestiti e Istat. (AGI - Agenzia Italia)

(CataniaToday)

La gestione dell'acqua torna al centro. Con il rientro negli accordi di Parigi, la sostenibilità torna ad essere una priorità anche per la Casa Bianca. Un piano per gestire in maniera sostenibile una rete di distribuzione idrica lunga circa 2,2 milioni di miglia. (Forbes Italia)

Una vera e propria emergenza per la nostra provincia, colpita da una siccità estrema di cui, forse, non è ancora del tutto chiara la portata. Ma ciò che allarma ancora di più è il perdurare di questa situazione: per un'altra settimana, di precipitazioni in arrivo, nemmeno l'ombra (TargatoCn.it)

Il secondo appuntamento, nel pomeriggio, vedrà un momento di confronto tra Acqua Alma e Accademia Niko Romito, con la presentazione dell'iniziativa 'L'acqua: da ingrediente segreto a protagonista della cucina di ricerca'. (Repubblica Roma)

In questa occasione Legambiente presenta un dossier, lanciando una road map con 3 proposte per tutelare e preservare questi importanti corpi idrici, troppo spesso maltrattati e sovra sfruttati, la cui qualità e quantità è sempre più messa a rischio dall'urbanizzazione, dalla crescita demografica, dall'inquinamento e dai cambiamenti climatici. (AnconaToday)

IMPRESE

Il gruppo Celli apre una filiale in Francia

CONSOLIDARE l'espansione a livello internazionale e rafforzare la presenza nel mercato francese attraverso una nuova struttura produttiva e distributiva sono i motivi della nuova apertura di Celli France, che sarà operativa a partire da aprile. La nuova filiale del gruppo Celli, azienda specializzata nella progettazione e produzione di impianti e accessori per l'erogazione di bevande, si aggiunge alle altre sedi commerciali presenti in tutto il mondo dove è già presente con sei stabilimenti produttivi in Italia e Regno Unito e sedi commerciali in Germania, Singapore, Brasile e Stati Uniti, proseguendo così il suo percorso di consolidamento a livello mondiale, inserendosi in un mercato strategico e dalle caratteristiche uniche in cui Celli è presente da tempo con tutte le categorie di prodotto (birra, soft drink e acqua). Celli France porterà un valore aggiunto al business dell'erogazione di bevande in Francia, grazie a una nuova proposta di prodotti studiata specificamente per le esigenze del mercato francese della birra. La nuova struttura, che occupa una superficie di oltre 2.400 metri quadri, è situata a Pont-Rémy (Abbeville), alle porte della regione Vimeu, conosciuta come una zona altamente strategica e punto di riferimento in Francia per le più importanti multinazionali.

Il gruppo Celli, che ha sede a San Giovanni in Marignano in provincia di Rimini, nel 2021 ha raggiunto i 130 milioni di euro, grazie ad una crescita sia organica sia tramite acquisizioni in Italia e Regno Unito. Celli ha inoltre sviluppato internamente una elaborata piattaforma IoT per impianti di erogazione bevande, per il monitoraggio da remoto e in tempo reale dell'andamento di tutti gli impianti di spillatura in modo da poter gestire consumi e funzionamento. Sempre in ambito tecnologico Celli Group ha siglato nel 2021 un accordo con la milanese Cocktail Machine (start-up tecnologica focalizzata sulla preparazione ed erogazione digitale di cocktail) per lo sviluppo, la produzione e la

commercializzazione degli innovativi sistemi digitali connessi per la preparazione e l'erogazione di cocktail, sia alcolici che analcolici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Coriano. A San Patrignano torna il Sustainable Economy Forum. Focus sul PNRR nello scenario internazionale

Mar 28, 2022

Focus sul PNRR nello scenario internazionale: torna il Sustainable Economy Forum

Il 7 aprile l'evento promosso da Confindustria e San Patrignano aprirà con il keynote speech del ministro Cingolani

28 marzo 2022 – Prima la pandemia, poi la recentissima evoluzione geopolitica, hanno reso evidente come non mai quanto tutto sia globalmente interconnesso, e come la sostenibilità economica, sociale e ambientale sia un fattore essenziale nelle scelte e nelle decisioni a livello nazionale e sovranazionale. Torna in questo contesto il **7 aprile** prossimo il **Sustainable Economy Forum**, l'evento che rappresenta un importante momento di riflessione e condivisione di esperienze sui temi chiave della sostenibilità e della responsabilità nelle loro varie declinazioni e nei più diversi settori.

Promosso da Confindustria e San Patrignano con Intesa Sanpaolo quale partner istituzionale, e giunto alla quarta edizione, il Forum si terrà quest'anno in modalità mista, in presenza e online (iscrizione gratuita su forum.sanpatrignano.org). Nelle precedenti edizioni in presenza il Sustainable Economy Forum aveva visto oltre 2000 partecipanti e decine di relatori italiani e internazionali di altissimo livello. Nel 2021, a causa delle restrizioni dovute alla pandemia, si era tenuto in modalità online, con un totale di 1.500 spettatori.

Giovedì 7 aprile a San Patrignano imprenditori, economisti, policy-makers ed esperti di primo piano torneranno a confrontarsi, in particolare, sull'attuazione del **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza** e su come questo si cali nell'attuale scenario europeo e internazionale. I **6 focus** del Forum saranno dedicati alle missioni del PNRR: **rivoluzione verde e transizione ecologica; trasformazione digitale e innovazione; infrastrutture per la mobilità sostenibile; inclusione sociale e coesione; cultura, educazione e ricerca; salute e modello one health**. Obiettivo stimolare la riflessione, lo scambio di esperienze e la ricerca di soluzioni a lungo termine alle sfide che il nostro tempo ci pone davanti in maniera sempre più pressante.

“Anche in questa edizione, il Forum vuole rappresentare uno stimolo per favorire un dialogo tra istituzioni, mondo delle imprese e delle associazioni nella direzione di una società più giusta, più aperta ed inclusiva. Un'ambizione doppiamente importante, alla luce dell'emergenza sanitaria degli ultimi due anni e dei conflitti bellici in corso che pongono ancora una volta il mondo di fronte a situazioni anche drammatiche, sfide inedite che richiedono nuovi modi di pensare ed agire. Sostenibilità e responsabilità sociale possono e devono essere strumenti di supporto, ma anche di sviluppo per rispondere concretamente a questi cambiamenti sociali, economici ed anche ambientali”, ricorda **Carlo Pesenti, Presidente della Fondazione San Patrignano**.

I lavori del Sustainable Economy Forum saranno aperti dagli interventi di **Carlo Bonomi**, Presidente di Confindustria, e **Carlo Pesenti**, Presidente della Fondazione San Patrignano. Seguirà il **keynote speech del Ministro della Transizione Ecologica, Roberto Cingolani**.

I **focus** vedranno quindi la partecipazione di relatori di rilievo internazionale quali **Michele Viglianisi**, Responsabile Circular Economy & Green Refining di Eni; **Marco Alverà**, Ceo di Snam; **Massimiliano Di Silvestre**, Presidente e Ceo di BMW Italia; **Matteo Del Fante**, Ceo di Poste Italiane; la scienziata **Ilaria Capua**, Direttrice del One Health Center of Excellence dell'Università della Florida; l'urbanista **Silvia Viviani**, architetto e componente del Cda di CDP Immobiliare; **Paolo Bonassi**, Responsabile Direzione Strategic Support di Intesa Sanpaolo. Interverranno inoltre **Alberto Marengi**, Vicepresidente di Confindustria; **Umberto Agrimi**, Direttore Sicurezza alimentare, nutrizione e sanità pubblica veterinaria dell'Istituto Superiore di Sanità; **Arianna Alessi**, Vicepresidente OTB – Only the Brave Foundation; **Fausto Artoni**, Presidente IMPact SGR; **Laura Colnaghi Calissoni**, Presidente di Carvico Group e Presidente dell'Associazione AMICHÆ; **Jean-Sebastien Decaux**, CEO JCDecaux Holding; **Niccolò Donna**, Responsabile Ricerca e Sviluppo FIGC; **Maximo Ibarra**, CEO Engineering; **Giuseppe Molinari**, Presidente Camera di Commercio di Modena; **Paolo Neri**, Relationship Manager di Warrant Hub –TinextaGroup; **Clarice Pecori Giraldi**, Curatrice della Collezione Genesis; **Nicola Villa**, Vicepresidente esecutivo Strategic Growth, Mastercard.

Il Sustainable Economy Forum 2022 è promosso da San Patrignano e Confindustria con Intesa Sanpaolo quale partner istituzionale. Eni e Gruppo 24 Ore sono Top partner dell'evento; partner Acqua Alma-Celli Group, BMW Group, Engineering, IGP Decaux, Poste Italiane, Warrant Hub; con il patrocinio della Figc.





San Patrignano: il 7 aprile il Sustainable Economy Forum



Prima la pandemia, poi la recentissima evoluzione geopolitica, hanno reso evidente come non mai quanto tutto sia globalmente interconnesso, e come la sostenibilità economica, sociale e ambientale sia un fattore essenziale nelle scelte e nelle decisioni a livello nazionale e sovranazionale. Torna in questo contesto il 7 aprile prossimo il Sustainable Economy Forum, l'evento che rappresenta un importante momento di riflessione e condivisione di esperienze sui temi chiave della sostenibilità e della responsabilità nelle loro varie declinazioni e nei più diversi settori.

Promosso da Confindustria e San Patrignano con Intesa Sanpaolo quale partner istituzionale, e giunto alla quarta edizione, il Forum si terrà quest'anno in modalità mista, in presenza e online (iscrizione gratuita su forum.sanpatrignano.org). Nelle precedenti edizioni in presenza il Sustainable Economy Forum aveva visto oltre 2000 partecipanti e decine di relatori italiani e internazionali di altissimo livello. Nel 2021, a causa delle restrizioni dovute alla pandemia, si era tenuto in modalità online, con un totale di 1.500 spettatori.

Giovedì 7 aprile a San Patrignano imprenditori, economisti, policy-makers ed esperti di primo piano torneranno a confrontarsi, in particolare, sull'attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza e su come questo si cali nell'attuale scenario europeo e internazionale. I 6 focus del Forum saranno dedicati alle missioni del PNRR: rivoluzione verde e transizione ecologica; trasformazione digitale e innovazione; infrastrutture per la mobilità sostenibile; inclusione sociale e coesione; cultura, educazione e ricerca; salute e modello one health. Obiettivo stimolare la riflessione, lo scambio di esperienze e la ricerca di soluzioni a lungo termine alle sfide che il nostro tempo ci pone davanti in maniera sempre più pressante.

“Anche in questa edizione, il Forum vuole rappresentare uno stimolo per favorire un dialogo tra istituzioni, mondo delle imprese e delle associazioni nella direzione di una società più giusta, più aperta ed inclusiva. Un'ambizione doppiamente importante, alla luce dell'emergenza sanitaria degli ultimi due anni e dei conflitti bellici in corso che pongono ancora una volta il mondo di fronte a situazioni anche drammatiche, sfide inedite che richiedono nuovi modi di pensare ed agire. Sostenibilità e responsabilità sociale possono e devono essere strumenti di supporto, ma anche di sviluppo per rispondere concretamente a questi cambiamenti sociali, economici ed anche ambientali”,

ricorda Carlo Pesenti, Presidente della Fondazione San Patrignano.

I lavori del Sustainable Economy Forum saranno aperti dagli interventi di Carlo Bonomi, Presidente di Confindustria, e Carlo Pesenti, Presidente della Fondazione San Patrignano. Seguirà il keynote speech del Ministro della Transizione Ecologica, Roberto Cingolani.

I focus vedranno quindi la partecipazione di relatori di rilievo internazionale quali Michele Viglianisi, Responsabile Circular Economy & Green Refining di Eni; Marco Alverà, Ceo di Snam; Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Ceo di BMW Italia; Matteo Del Fante, Ceo di Poste Italiane; la scienziata Ilaria Capua, Direttrice del One Health Center of Excellence dell'Università della Florida; l'urbanista Silvia Viviani, architetto e componente del Cda di CDP Immobiliare; Paolo Bonassi, Responsabile Direzione Strategic Support di Intesa Sanpaolo. Interverranno inoltre Alberto Marengi, Vicepresidente di Confindustria; Umberto Agrimi, Direttore Sicurezza alimentare, nutrizione e sanità pubblica veterinaria dell'Istituto Superiore di Sanità; Arianna Alessi, Vicepresidente OTB – Only the Brave Foundation; Fausto Artoni, Presidente IMPact SGR; Laura Colnaghi Calissoni, Presidente di Carvico Group e Presidente dell'Associazione AMICHÆ; Jean-Sebastien Decaux, CEO JCDecaux Holding; Niccolò Donna, Responsabile Ricerca e Sviluppo FIGC; Maximo Ibarra, CEO Engineering; Giuseppe Molinari, Presidente Camera di Commercio di Modena; Paolo Neri, Relationship Manager di Warrant Hub –TinextaGroup; Clarice Pecori Giraldi, Curatrice della Collezione Genesi; Nicola Villa, Vicepresidente esecutivo Strategic Growth, Mastercard.

Il Sustainable Economy Forum 2022 è promosso da San Patrignano e Confindustria con Intesa Sanpaolo quale partner istituzionale. Eni e Gruppo 24 Ore sono Top partner dell'evento; partner Acqua Alma-Celli Group, BMW Group, Engineering, IGP Decaux, Poste Italiane, Warrant Hub; con il patrocinio della Figc.





Il Gruppo Celli ha celebrato la Giornata Mondiale dell'Acqua con la Community Valore Acqua per l'Italia e lo Chef Niko Romito



Nella foto: MAURO GALLAVOTTI, CEO del Gruppo Celli, e NIKO ROMITO, Chef stellato e fondatore dell'Accademia Niko Romito

Il Gruppo Celli, leader globale nel settore degli impianti e accessori per la spillatura di bevande, con il brand Acqua Alma ha celebrato lo scorso 22 marzo la Giornata Mondiale dell'Acqua attraverso due appuntamenti volti a sensibilizzare i cittadini e le istituzioni all'uso responsabile e consapevole dell'*oro blu*, la risorsa più preziosa che abbiamo.

La giornata è iniziata con la partecipazione all'evento di presentazione della **terza edizione del Libro Bianco 2022 'Valore Acqua per l'Italia'**, che si è tenuta presso Palazzo Rospigliosi a Roma. Il libro bianco è stato realizzato dalla **Community Valore Acqua per l'Italia**, piattaforma di alto livello multi-stakeholder sulla gestione delle risorse idriche come driver di competitività e sviluppo industriale, di cui Celli è partner fondatore, attivata da The European House Ambrosetti nel 2019. Riconfermando il proprio impegno e il proprio approccio da sempre orientato alla sostenibilità, il Gruppo Celli insieme agli altri partner della Community ha presentato il decalogo di proposte e azioni concrete messo a punto per il nostro Paese sul tema risorsa idrica. Per l'occasione, all'interno di un panel dal titolo **"Il valore dell'acqua nella filiera agroalimentare dal campo alla tavola"**, sono intervenuti: Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli; Niko Romito, Chef stellato e fondatore dell'Accademia Niko Romito ed Ettore Prandini, Presidente di Coldiretti.

Il secondo appuntamento, nel pomeriggio, ha visto un momento di confronto tra Acqua Alma e Accademia Niko Romito, con la presentazione dell'iniziativa *'L'acqua: da ingrediente segreto a protagonista della cucina di ricerca'*. Mauro Gallavotti e Niko Romito hanno parlato del valore e del ruolo dell'acqua a tavola e nella cucina di ricerca, dando vita ad una Masterclass a cura dello chef, che ha realizzato davanti ai suoi allievi una serie di piatti il cui ingrediente principale è stato proprio l'acqua, protagonista nei

ravioli di ricotta di pecora – rientrati nel menu dopo quasi vent'anni – e nell'anatra fredda e acqua affumicata (2018), piatto che prevede l'uso innovativo dell'acqua grazie alla tecnica della contaminazione a freddo, per poi concludere con l'infuso di limone, un classico della cucina di Romito che firma la conclusione dei suoi menù. L'obiettivo dell'iniziativa è stato trasmettere ai ragazzi dell'Accademia Niko Romito quanto sia preziosa l'acqua nella ristorazione, spiegando come dare valore a un ingrediente nato povero, ma di fondamentale importanza e, cercando di educare all'utilizzo responsabile della risorsa.

“L'Italia è un Paese ricco di paradossi legati all'acqua – ha dichiarato Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli – solo il 29,3% dei cittadini italiani beve abitualmente acqua del rubinetto, siamo al 1° posto in Europa e al Mondo per consumo di acqua minerale in bottiglia, ma allo stesso tempo siamo uno dei Paesi con la qualità dell'acqua di rete tra le migliori in Europa. Serve un cambiamento, il più veloce possibile, verso un consumo più sostenibile ed attento dell'acqua. Proprio per questo con il brand Acqua Alma promuoviamo una conversione culturale dei consumi orientata al superamento del contenitore monouso e offriamo soluzioni avanzate per l'erogazione dell'acqua in ogni occasione di consumo: a casa, in ufficio ed al ristorante.”

“Credo sia giunto il momento di comprendere il nostro ruolo nel mondo: non siamo padroni, ma ospiti del pianeta – ha dichiarato Niko Romito. – Con il nuovo ruolo sociale che noi cuochi stiamo acquisendo, possiamo e dobbiamo farci portatori di messaggi decisivi per la salvaguardia delle nostre società democratiche e di tutto il pianeta. L'acqua è l'elemento semplicemente decisivo, così come lo è il valore etico del ruolo dei professionisti della trasformazione del cibo. Un cuoco oggi non può ignorare temi come la sostenibilità ambientale, l'ecologia, l'impatto sulla salute di ciò che mangiamo e quando scegliamo il cibo da servire sulle nostre tavole dobbiamo essere consapevoli dell'impatto idrico che quel cibo produce sul nostro pianeta e trasferire questa conoscenza agli allievi di oggi, che saranno i cuochi di domani. L'acqua ha un potenziale incredibile che in una cucina di ricerca merita di essere espresso. Non è solo un ingrediente necessario, ma al contrario, è un ingrediente talmente prezioso che in molti dei miei piatti è diventato protagonista.”

www.celligroup.com

www.acquaalma.com

@acquaalma



Focus sul PNRR per la quarta edizione del Sustainable Economy Forum

Torna il Sustainable Economy Forum, l'evento che rappresenta un importante momento di riflessione e condivisione di esperienze sui temi chiave della sostenibilità e della responsabilità nelle loro varie declinazioni e nei più diversi settori. Promosso da Confindustria e San Patrignano, il Forum si terrà in modalità mista, in presenza e online. Giovedì 7 aprile presso la comunità di San Patrignano imprenditori, economisti, policy-makers ed esperti di primo piano torneranno a confrontarsi, in particolare, sull'attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza nell'attuale scenario europeo e internazionale. I 6 focus del Forum saranno dedicati alle missioni del PNRR:

rivoluzione verde e transizione ecologica ; trasformazione digitale e innovazione ; infrastrutture per la mobilità sostenibile ; inclusione sociale e coesione ; cultura, educazione e ricerca ; salute e modello one health.

I lavori del Sustainable Economy Forum saranno aperti dagli interventi di Carlo Bonomi, Presidente di Confindustria, Carlo Pesenti, Presidente della Fondazione San Patrignano, e dal keynote speech del Ministro della Transizione Ecologica, Roberto Cingolani. In chiusura è previsto l'intervento del Vicepresidente di Confindustria per l'Organizzazione, lo Sviluppo e il Marketing, Alberto Marengi.

I focus vedranno la partecipazione di Michele Viglianisi, Responsabile Circular Economy & Green Refining di Eni; Marco Alverà, Ceo di Snam; Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Ceo di BMW Italia; Matteo Del Fante, Ceo di Poste Italiane; la scienziata Ilaria Capua, Direttrice del One Health Center of Excellence dell'Università della Florida; l'urbanista Silvia Viviani, architetto e componente del Cda di CDP Immobiliare; Paolo Bonassi, Responsabile Direzione Strategic Support di Intesa Sanpaolo. Interverranno inoltre Umberto Agrimi, Direttore Sicurezza alimentare, nutrizione e sanità pubblica veterinaria dell'Istituto Superiore di Sanità; Arianna Alessi, Vicepresidente OTB – Only the Brave Foundation; Fausto Artoni, Presidente IMPact SGR; Laura Colnaghi Calissoni, Presidente di Carvico Group e Presidente dell'Associazione AMICHÆ;

Jean-Sebastien Decaux, CEO JCDecaux Holding; Niccolò Donna, Responsabile Ricerca e Sviluppo FIGC; Maximo Ibarra, CEO Engineering; Giuseppe Molinari, Presidente Camera di Commercio di Modena; Paolo Neri, Relationship Manager di Warrant Hub –TinextaGroup; Clarice Pecori Giraldi, Curatrice della Collezione Genesi; Nicola Villa, Vicepresidente esecutivo Strategic Growth, Mastercard.

Il Sustainable Economy Forum 2022 è promosso da San Patrignano e Confindustria con Intesa Sanpaolo quale partner istituzionale. Eni e Gruppo 24 Ore sono Top partner dell'evento; partner Acqua Alma-Celli Group, BMW Group, Engineering, IGP Decaux, Poste Italiane, Warrant Hub; con il patrocinio della Figc.



LA SPILLATURA È SEMPRE PIÙ DIGITALE E SOSTENIBILE

— Leonardo Rastelli



184

Le attrezzature, a cominciare dagli impianti di spillatura, sono un asset determinante: anche in questo ambito, l'innovazione tecnologica fa rima con digitalizzazione e attenzione all'ambiente

Nel comparto della birra, quando si parla di attrezzature si pensa innanzitutto agli impianti per la spillatura, un settore che in questi ultimi anni ha visto le aziende spingere con decisione sulla leva dell'innovazione intesa in chiave di servizio al cliente, efficienza gestionale e sostenibilità ambientale. Basti pensare ai sistemi che utilizzano fusti in Pet senza ricorrere alla CO₂, con un concreto vantaggio per l'ambiente e per la qualità della birra, che resta intatta per un lasso di tempo più lungo. Si tratta di soluzioni che hanno nella facilità di gestione e nella flessibilità di applicazione altri punti di forza.

Nel contempo le aziende si sono attrezzate per garantire anche un servizio di assistenza pre e post vendita sempre più sofisticato. Sostenibilità significa anche utilizzo di nuovi materiali ecosostenibili e razionalizzazione dei consumi energetici. La digitalizzazione è ormai un'altra protagonista della scena e si sta rivelando un elemento chiave anche sul fronte dell'assistenza e quindi del servizio, insieme con l'efficientamento dei processi e l'ideazione di gamme sempre più complete di ogni accessorio. E non deve stupire che anche i canali di vendita si aggiornino, come dimostra l'affermazione dell'e-commerce. Tutto questo senza dimenticare l'evoluzione che sta interessando, dal

punto di vista creativo e non solo, il mondo dei bicchieri. Qui il fascino della forma si coniuga alla personalizzazione spinta in primis dalle etichette artigianali.

NEL SEGNO DELL'INNOVAZIONE

Innovazione, forte attenzione alla sostenibilità, coesistenza di servizio ai massimi livelli: sono le linee-guida che orientano i birrifici e le aziende specializzate nei moderni sistemi di spillatura e relative attrezzature.



"Il nostro 'Heineken Service' offre assistenza tecnica con un team dedicato"

— Marco Luciani
On Premise Sales diector
Heineken Italia



“Poniamo grande attenzione alla *sostenibilità* nei processi produttivi e nei *prodotti*”

Sandro Pireddu
Sales manager Italy
Celli Group

È il caso di due big player del calibro di Carlsberg e Heineken, ma anche di una realtà di primo piano nel beverage dispensing come Celli Group. “Lavoriamo per offrire ai nostri clienti, nei loro locali, l'opportunità di servire la migliore esperienza di birra alla spina – afferma **Marco Luciani, On Premise Sales director Heineken Italia** –. Investiamo in nuove tecnologie da portare sul mercato per intercettare e soddisfare tutti i tipi di clienti e le loro diverse esigenze di vendita. Questa strategia è corredata da un servizio clienti sempre a disposizione

dei gestori dei locali: il nostro 'Heineken Service' offre assistenza tecnica con un team dedicato, che lavora per migliorare i sistemi di spillatura, integrando soluzioni sempre più digitalizzate e sostenibili”. Per Heineken, la semplicità di utilizzo e la facilità e flessibilità in fase di installazione sono basilari. L'azienda mette a disposizione una gamma di tecnologie e impianti adatti a tutti i clienti e contesti presenti sul mercato della spina.

La digitalizzazione è entrata sempre più nel cuore anche dei prodotti di **Celli Group**, divenendo una componente essenziale per migliorarne il valore. «reso già forte dall'essenza made in Italy che caratterizza la gamma. Poniamo grande attenzione alla sostenibilità nei processi produttivi e nei prodotti consumare bevande attraverso sistemi di erogazione è fino a 300 volte più sostenibile che bevendo da bottiglie o lattine» fa notare **Sandro Pireddu, Sales manager Italy**. Il gruppo ha nell'Horca il proprio canale elettivo e nel 2021 ha lanciato 4Draught, un programma specifico dedicato ai grossisti di bevande, che consiste nel noleggio operativo di impianti di spillatura e comprende servizi di assistenza tecnica innovativi e competitivi, a supporto del rilancio della ristorazione. “Il programma può prevedere operazioni di acquisto e rinoleggio del parco installato” precisa Pireddu.



ATTREZZATURE

LE ATTREZZATURE SI COMPRANO ANCHE ONLINE



Antonella Iannelli, Business manager La Spillatura

Il web “funziona” anche per commercializzare impianti e attrezzature: ne è una riprova **La Spillatura (www.laspillatura.it)**, un e-commerce diventato un punto di riferimento in Italia per l'acquisto online di impianti per la spillatura professionale di birra, vino e acqua, accessori e ricambi. “La nostra attività – spiega la **Business manager Antonella Iannelli** – è nata nel 2015 a Faicchio (Benevento) da un'idea di mio marito Mario Di Lunardo, mastro birraio titolare di uno dei primi birrifici in Campania e con un'esperienza ultraventennale nel settore. Puntiamo molto sulla facilità di approccio alla nostra offerta, tramite la chat attiva sul portale che guida il cliente alla scelta giusta, e sul supporto pre e post vendita al telefono e in chat, vero cuore della nostra azienda. Il web garantisce un acquisto comodo e veloce, senza perdite di tempo”. **La clientela del portale annovera soprattutto birrifici e locali**, ma comprende anche privati appassionati di home brewing. Tra le novità spiccano i fusti Minikeg, una nuova generazione di contenitori monouso da 3, 5 e 10 litri per gli appassionati di birra alla spina.

OSSERVATORIO BIRRA

INNOVAZIONE "GREEN"

Scendendo nello specifico dei prodotti, Carlsberg propone DraughtMaster™ Modular 20, sintesi di due valori-chiave: sostenibilità e innovazione. «Si tratta di un sistema di spillatura che utilizza fusti in Pet al posto dei tradizionali fusti in acciaio - spiega **Serena Savoca, Marketing&Corporate affairs director** - senza CO₂ aggiunta. A differenza dei fusti tradizionali, in cui si spilla la birra grazie alla spinta dell'anidride carbonica aggiunta, DraughtMaster™ usa un fusto in Pet che, schiacciato progressivamente dalla pressione dell'aria, fa fuoriuscire la birra senza bisogno di CO₂. E così la birra mantiene intatte le proprie qualità per 31 giorni, rispetto ai 5 giorni garantiti dai fusti in acciaio». Una volta consumato tutto il suo contenuto, il fusto in Pet (43% più leggero di quello in acciaio) può essere smaltito nella raccolta della plastica: un obiettivo vantaggio per l'ambiente. «Ne deriva una forte diminuzione delle emissioni: se pensiamo al solo 2020, con il contributo di DraughtMaster™ abbiamo

DraughtMaster™ Modular 20 di Carlsberg Italia è un sistema che utilizza fusti in Pet al posto dei tradizionali in acciaio

I BICCHIERI? SEMPRE PIÙ PERSONALIZZATI

Anche i bicchieri sono protagonisti in birreria. Se in passato, per catalogarli, era sufficiente citare pinte e boccali, oggi l'offerta è sempre più diversificata. «Pasabahce da sempre studia modelli specifici - conferma l'**Amministratore delegato Massimo Leonardi** - anche per le produzioni artigianali. Collaboriamo con decoratori europei per riuscire a dare un servizio a 350 gradi ai produttori di birra, anche a coloro che necessitano di decorazioni e/o personalizzazioni dei bicchieri». In aziende si studiano bicchieri specifici per valorizzare l'aspetto gustativo, ma anche visivo: l'obiettivo è **ricepire le richieste dei produttori e rispondere rapidamente preparando articoli specifici**. Quanto alle caratteristiche tecniche, «la resistenza resta un fattore importante, così come la conservazione della qualità del bicchiere senza alterazioni. L'aspetto estetico non è meno rilevante: lo vediamo nel packaging e, da parte nostra, si riflette anche nella **ricerca di nuove forme**».

risparmiato 5.369.958 kg di emissioni di CO₂, l'equivalente di 731 campi di calcio. Il sistema è pensato sia per i locali sia per situazioni "in movimento", come gli eventi. Nel 2020 questa tecnologia copriva il 97% della birra distribuita in fusti da Carlsberg. Heineken ha in portafoglio diverse soluzioni. Illustra Luciani: **Blade è pensato per clienti basso consumatori**, ma che vogliono il massimo della qualità, garantita attraverso uno sistema sopra banco, fusto a freddo 'plug and play' ad alta visibilità che non richiede manutenzione. Il sistema Brewlock è una tecnologia con fusto in Pet che può essere utilizzato con qualsiasi impianto standard mediante un compressore.



"Nel 2021 abbiamo risparmiato 5.369.958 kg di emissioni di CO₂"

Serena Savoca
Marketing & Corporate Affairs
director Carlsberg Italia



d'aria al posto della bombola CO₂. La colonna Heineken XC è ricoperta di ghiaccio grazie a una tecnologia avanzata, garantendo impatto visivo sul consumatore e temperatura di servizio ottimale. Il rivoluzionario sistema Cool flow Technology è completamente refrigerato dal fusto al rubinetto: un impianto integrato che assicura bassi consumi energetici e alta qualità della birra. **L'ultima novità è Back Python, una tecnologia che garantisce la refrigerazione dal fusto al rubinetto: un sistema flessibile, adatto a tutti i contesti e di facile installazione.** «Il 97% dei partner commerciali di Heineken lavorano con le tecnologie che offriamo in Italia», aggiunge Luciani.



ATTREZZATURE



“Pasabahce da sempre studia modelli specifici di bicchieri anche per le produzioni artigianali”

Massimo Leonardi
Amministratore delegato
Pasabahce

NUOVE PRIORITÀ...

Sandro Pireddu, dal canto suo, osserva che il settore del beverage dispensing è ripartito nel 2021 con importanti cambiamenti. “Le ultime innovazioni di Celli Group rivelano le nuove priorità: la progettazione di gamme di prodotto complete di ogni accessorio; il **raggiungimento della piena digitalizzazione** e dell’efficientamento dei processi (logistica, magazzini, ordini); la selezione di partnership più solide con fornitori e clienti; la creazione di nuovi poli distributivi. Seguendo questa evoluzione di settore, la nostra gamma si è ampliata con la linea di refrigeratori pre-mix sopra banco Linus e una serie di accessori per completare il proprio impianto di spillatura”. **Linus nasce per le piccole locazioni** e per gli eventi temporanei, garantendo ottime performance e professionalità. “Dotati di tecnologia di raffreddamento con banco d’alluminio, i dispenser di birra Linus consentono un raffreddamento veloce e una perfetta erogazione a temperatura controllata, valorizzando appieno il gusto e la freschezza della bevanda appena spillata. Con questa serie di impianti, Celli si afferma in Europa con macchine testate e garantite”.

... E NUOVE SOLUZIONI

Il mercato, insomma, è in costante evoluzione: ne è un esempio Digital DraughtMaster, un sistema integrato dotato di nuovi sensori di pressione brevettati che calcolano, tramite un

algoritmo, il flusso di spillatura in tempo reale e comunicano i dati via wireless. In questo modo, i gestori di locali possono monitorare il sistema DraughtMaster e ottimizzare l’attività grazie alla rilevazione di dati utili alla crescita del business, come i trend di consumo e la qualità della birra offerta. Nel contempo, la nostra forza vendita può monitorare a distanza e in real time gli impianti, per migliorare il grado di soddisfazione del cliente e l’efficienza del servizio di assistenza tecnica. Prevediamo che le spine digitali segneranno un grande cambiamento negli impianti di spillatura, offrendo un’esperienza di servizio e consumo interattiva, coinvolgente e sostenibile”.

Celli Group mira a gestire a 360° tutti il ciclo di vita delle attrezzature, dall’installazione, assistenza e gestione al ricondizionamento

afferma Serena Savoca. Fra i trend destinati ad affermarsi, Pireddu pone l’accento sull’**elaborazione di sistemi di gestione d’avanguardia**: «Celli Asset Management, inaugurata ad aprile 2021, segna un netto cambiamento nel livello di servizio verso il mercato italiano. Attraverso una piattaforma e-commerce b2b con

tecnologia Salesforce e Microsoft.

L’azienda mira a gestire a 360° tutto il ciclo di vita degli asset in passato affidato a terze parti: dall’installazione, assistenza e gestione degli impianti al loro ricondizionamento, incluse le colonne e le parti di ricambio, dalla vendita alla distribuzione, dal noleggio di impianti tramite subscription o soluzioni Buy&Lease back. Il tutto supportato da applicazioni e soluzioni di tecnologia IoT». Digitalizzazione e sostenibilità tornano protagonisti nella riflessione conclusiva di Marco Luciani sul tema delle sfide che attendono i player del comparto: «Per quanto riguarda la prima, abbiamo richieste sempre più frequenti riguardo lo sviluppo di tecnologie e l’utilizzo di nuovi materiali ecosostenibili. A questo si aggiunge il tema dei consumi energetici, che già da anni porta a perfezionare performance ed efficienza a impatto ridotto su tutti i sistemi in uso. La digitalizzazione connessa agli impianti, invece, è un aspetto che potrà dare, e sta già dando, nuovi impulsi nel nostro settore, non solo dal punto di vista commerciale, ma anche tecnico. Ecco perché Heineken Italia sta già testando sistemi di assistenza tecnica remota sugli impianti per essere sempre più vicina e reattiva alle esigenze dei clienti».

© Riproduzione Riservata



Celli Group ottimista sul futuro: "consumi stanno riprendendo dopo 2 anni di pandemia"

Il punto in occasione di "Food&Beer Attraction" e del primo anno di attività di Celli Asset Management

Attualità



Celli Asset Management compie un anno di attività. Ed è per questo motivo che, martedì sera (28 marzo), il "Gruppo Celli", fondato a San Giovanni in Marignano (con diverse sedi in Italia e all'estero), e leader, da oltre 40 anni, nella spillatura di bevande (1° in Europa e 3° nel mondo), ha organizzato un party, proprio nella sede della sua ultima creatura, in via Emilia 41, a Rimini, per festeggiare questo importante traguardo. Ha organizzato un party, in occasione della fine di "Food&Beer Attraction", la fiera che ospita la migliore offerta di birre, bevande, food del panorama nazionale e internazionale.

"Celebriamo un anno di questa azienda, che si occupa di distribuire impianti di spillatura d'acqua, birra e altre bevande - spiega Adalberto Pizzi, Ceo Celli Asset Management Italia - 12 mesi di una realtà pensata durante il lockdown, e che oggi è una azienda affermata sul territorio. Devo dire che è molto bello festeggiare questo compleanno con clienti partner e dopo "Food&Beer Attraction", una fiera che per noi è stata molto importante e, soprattutto, che riapre il mercato italiano e ci fa guardare con rinnovata fiducia al 2022 - sottolinea il Ceo - In Celli Asset Management Italia lavorano ben 72 dipendenti, offriamo servizi di assistenza tecnica ai distributori di impianti e accessori tramite una piattaforma di e-commerce digitale, dove tutti i partner possono collegarsi, vedere il materiale disponibile, operare sul territorio della spillatura, e installare impianti per l'acqua o per la birra sui punti vendita. Serviamo tutto il territorio italiano, siamo presenti in diversi canali sia con i distributori di bevande, sia con l'Ho.re.ca, direttamente

nei punti vendita con l'acqua, sia nelle famiglie e anche negli uffici”.

*“Food&Beer Attraction è, per noi, la nostra casa e Celli Asset Management si trova proprio a due passi da questo splendido luogo dove si celebra la spillatura delle bevande - **afferma Sandro Pireddu, direttore vendite** - Siamo veramente felici di ritornarci dopo due anni con grandissime novità, con partner ritrovati, ma anche con dei partner potenziali che si sono avvicinati alla nostra azienda con grande piacere. Diamo la possibilità, in particolare al mondo dell'Ho.re.ca, di avere un supporto importante, e comunicarlo in una sede così speciale come questa fiera è veramente una cosa di grandissimo valore”.*

Consumi in ripresa: “I consumi fuori casa stanno ripartendo, dopo due anni di pandemia, il consumatore sta riprendendo fiducia, i locali si sono adeguati. Insomma, siamo fiduciosi che tutto possa ritornare alla normalità, con grande prudenza, ma alla normalità”.

*“Non sono stati due anni affatto facili, anche se siamo molto contenti che la reazione dell'Ho.re.ca e della ristorazione sia sempre stata molto positiva nei periodi in cui si è potuto lavorare in maniera più libera, soprattutto in estate - **continua il Ceo Celli Group, Mauro Gallavotti** - Dal punto di vista industriale non è stata solo la pandemia a creare delle difficoltà, ma anche l'interruzione delle filiere di approvvigionamento e le criticità rilevate sul lato dei componenti, che sono state, per tutte le imprese e le aziende, una grande sfida da affrontare. La ripresa, comunque è evidente, e anche il successo di Food&Beer Attraction di questi giorni ne è la prova. Purtroppo, le difficoltà non sono finite, stiamo assistendo tutti ad una crisi generale geopolitica di portata mondiale che, ci auspichiamo, possa rientrare in tempi brevi. Detto questo, il Gruppo Celli, come sempre, non smette di investire - **conclude Gallavotti** - Questa realtà che abbiamo aperto a Rimini per gestire il mercato italiano ne è stata la conferma un anno fa, e con grande piacere annuncio che, da settimana prossima, aprirà una filiale francese e, nel giro di un paio di mesi, ne apriremo una anche in Spagna, completando così la nostra presenza nel mercato europeo, oltre alle filiali già presenti in Asia, Nord America e America Latina”.*



SAN GIOVANNI. CELLI ASSET MANAGEMENT COMPIE UN ANNO!



“CELLI GROUP” (LEADER NELLA SPILLATURA DI BEVANDE), HA ORGANIZZATO, DURANTE “FOOD&BEER ATTRACTION”, UN PARTY DI COMPLEANNO PER LA SUA ULTIMA “CREATURA”

CELLI ASSET MANAGEMENT ITALIA: “FOOD&BEER ATTRACTION È CASA NOSTRA, ED È PER QUESTO CHE ABBIAMO VOLUTO FESTECCIARE, PROPRIO DURANTE QUESTO EVENTO, IL NOSTRO PRIMO COMPLEANNO”

“Celli Asset Management” compie un anno di attività. Ed è per questo motivo che, martedì sera, il “Gruppo Celli”, fondato a San Giovanni in Marignano (con diverse sedi in Italia e all'estero), e leader, da oltre 40 anni, nella spillatura di bevande (1° in Europa e 3° nel mondo), ha organizzato un party, proprio nella sede della sua ultima creatura, in via Emilia 41, a Rimini, per festeggiare questo importante traguardo. Ha organizzato un party, in occasione della fine di “Food&Beer Attraction”, la fiera che ospita la migliore offerta di birre, bevande, food del panorama nazionale e internazionale.

ADALBERTO PIZZI CEO CELLI ASSET MANAGEMENT ITALIA

“Celebriamo un anno di questa azienda “Celli Asset Management Italia”, che si occupa di distribuire impianti di spillatura d’acqua, birra e altre bevande – spiega Pizzi – 12 mesi di una realtà pensata durante il lockdown, e che oggi è una azienda affermata sul territorio. Devo dire che è molto bello festeggiare questo compleanno con clienti partner e dopo “Food&Beer Attraction”, una fiera che per noi è stata molto importante e, soprattutto, che riapre il mercato italiano e ci fa guardare con rinnovata fiducia al 2022 – sottolinea il CEO – In Celli Asset Management Italia lavorano ben 72 dipendenti, offriamo servizi di assistenza tecnica ai distributori di impianti e accessori tramite una piattaforma di e-commerce digitale, dove tutti i partner possono collegarsi, vedere il materiale disponibile, operare sul territorio della spillatura, e installare impianti per l’acqua o per la birra sui punti vendita. Serviamo tutto il territorio italiano, siamo presenti in diversi canali sia con i distributori di bevande, sia con l’[Ho.re.ca](https://www.horeca.com), direttamente nei punti vendita con l’acqua, sia nelle famiglie e anche negli uffici”.

SANDRO PIREDDU DIRETTORE VENDITE CELLI ASSET MANAGEMENT ITALIA

“Food&Beer Attraction è, per noi, la nostra “casa” e Celli Asset Management si trova proprio a due passi da questo splendido luogo dove si celebra la spillatura delle bevande – afferma Pireddu – Siamo veramente felici di ritonarci dopo due anni con grandissime novità, con partner ritrovati, ma anche con dei partner potenziali che si sono avvicinati alla nostra azienda con grande piacere. Diamo la

possibilità, in particolare al mondo dell' [Ho.re.ca](#), di avere un supporto importante, e comunicarlo in una sede così speciale come questa fiera è veramente una cosa di grandissimo valore”.

Consumi in ripresa: “I consumi fuori casa stanno ripartendo, dopo due anni di pandemia, il consumatore sta riprendendo fiducia, i locali si sono adeguati. Insomma, siamo fiduciosi che tutto possa ritornare alla normalità, con grande prudenza, ma alla normalità”.

MAURO GALLAVOTTI CEO CELLI GROUP

*“Non sono stati due anni affatto facili, anche se siamo molto contenti che la reazione dell'[Ho.re.ca](#) e della ristorazione sia sempre stata molto positiva nei periodi in cui si è potuto lavorare in maniera più libera, soprattutto in estate – continua il CEO – Dal punto di vista industriale non è stata solo la pandemia a creare delle difficoltà, ma anche l'interruzione delle filiere di approvvigionamento e le criticità rilevate sul lato dei componenti, che sono state, per tutte le imprese e le aziende, una grande sfida da affrontare. **La ripresa, comunque è evidente, e anche il successo di “Food&Beer Attraction” di questi giorni ne è la prova.** Purtroppo, le difficoltà non sono finite, stiamo assistendo tutti ad una crisi generale geopolitica di portata mondiale che, ci auspichiamo, possa rientrare in tempi brevi. Detto questo, **il Gruppo Celli, come sempre, non smette di investire** – conclude Gallavotti – **Questa realtà che abbiamo aperto a Rimini per gestire il mercato italiano ne è stata la conferma un anno fa, e con grande piacere annuncio che, da settimana prossima, aprirà una filiale francese e, nel giro di un paio di mesi, ne apriremo una anche in Spagna, completando così la nostra presenza nel mercato europeo, oltre alle filiali già presenti in Asia, Nord America e America Latina”.***



Compie un anno Celli Asset Management. Gallavotti: mercato in ripresa

festa in stabilimento



2min

La “Celli Asset Management” compie un anno di attività. Ed è per questo motivo che, martedì sera, il “Gruppo Celli”, leader nella spillatura di bevande ha organizzato una festa, proprio nella sede della sua ultima creatura, **in via Emilia 41, a Rimini**, in occasione anche della chiusura dell’evento fieristico dedicata alla birra e al food.

*“Celebriamo un anno di questa azienda “Celli Asset Management Italia”, che si occupa di distribuire impianti di spillatura d’acqua, birra e altre bevande – spiega **Adalberto***

Pizzi, CEO Celli Management Italia – *12 mesi di una realtà pensata durante il lockdown, e che oggi è una azienda affermata sul territorio. Devo dire che è molto bello festeggiare questo compleanno con clienti partner e dopo “Food&Beer Attraction”, una fiera che per noi è stata molto importante e, soprattutto, che riapre il mercato italiano e ci fa guardare con rinnovata fiducia al 2022. In Celli Asset Management Italia lavorano 72 dipendenti, offriamo servizi di assistenza tecnica ai distributori di impianti e accessori tramite una piattaforma di e-commerce digitale, dove tutti i partner possono collegarsi, vedere il materiale disponibile, operare sul territorio della spillatura, e installare impianti per l’acqua o per la birra sui punti vendita. Serviamo tutto il territorio italiano, siamo presenti in diversi canali sia con i distributori di bevande, sia con l’Ho.re.ca, direttamente nei punti vendita con l’acqua, sia nelle famiglie e anche negli uffici”.*

*“Food&Beer Attraction è, per noi, la nostra “casa” e Celli Asset Management si trova proprio a due passi da questo splendido luogo dove si celebra la spillatura delle bevande – afferma Sandro Pireddu, direttore vendite – Siamo veramente felici di ritornarci dopo due anni con grandissime novità, con partner ritrovati, ma anche con dei partner potenziali che si sono avvicinati alla nostra azienda con grande piacere. **I consumi fuori casa stanno ripartendo**, dopo due anni di pandemia, il consumatore sta riprendendo fiducia, i locali si sono adeguati”.*

“Non sono stati due anni affatto facili, anche se siamo molto contenti che la reazione dell’Ho.re.ca e della ristorazione sia sempre stata molto positiva nei periodi in cui si è potuto lavorare in maniera più libera, soprattutto in estate – spiega Mauro Gallavotti, CEO Celli Group – Dal punto di vista industriale non è stata solo la pandemia a creare delle difficoltà, ma anche l’interruzione delle filiere di approvvigionamento e le criticità rilevate sul lato dei componenti, che sono state, per tutte le imprese e le aziende, una grande sfida da affrontare. La ripresa, comunque è evidente, e anche il successo di “Food&Beer Attraction” di questi giorni ne è la prova. Purtroppo, le difficoltà non sono finite, stiamo assistendo tutti ad una crisi generale geopolitica di portata mondiale che, ci auspichiamo, possa rientrare in tempi brevi. Da settimana prossima, il Gruppo Celli aprirà una filiale francese e, nel giro di un paio di mesi, ne apriremo una anche in Spagna, completando così la nostra presenza nel mercato europeo, oltre alle filiali già presenti in Asia, Nord America e America Latina”.



Gruppo Celli al Sustainable Forum Economy 2022



Il **Gruppo Celli**, leader nel settore degli impianti e accessori per la spillatura di bevande, rinnova la partnership con San Patrignano partecipando al **Sustainable Forum Economy 2022**, l'evento che rappresenta un importante momento di riflessione e condivisione di esperienze sui temi chiave della sostenibilità e della responsabilità nelle loro varie declinazioni e nei più diversi settori.

Giovedì prossimo 7 aprile a San Patrignano imprenditori, economisti, policy-makers ed esperti di primo piano torneranno a confrontarsi, in particolare, sull'attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza e su come questo si cali nell'attuale scenario europeo e internazionale. **I 6 focus del forum** saranno: rivoluzione verde e [transizione ecologica](#); trasformazione digitale e innovazione; infrastrutture per la mobilità sostenibile; inclusione sociale e coesione; cultura, educazione e ricerca; salute e modello one health. Obiettivo **stimolare la riflessione, lo scambio di esperienze e la ricerca di soluzioni a lungo termine** alle sfide che il nostro tempo ci pone davanti in maniera sempre più pressante.

Il Gruppo Celli con [Acqua Alma](#) parteciperà come partner del Sustainable Economy Forum 2022, promosso da Confindustria, **sostenendo obiettivi ambiziosi e comuni**, volti a creare una maggiore sensibilità sul tema della sostenibilità poiché è necessario un cambiamento, il più veloce possibile, verso un consumo più attento e consapevole delle risorse che abbiamo a disposizione. Proprio per questo il brand Acqua Alma promuove una **conversione culturale dei consumi orientata al superamento del contenitore monouso** e offre soluzioni avanzate per l'erogazione dell'acqua in ogni occasione di consumo: a casa, in ufficio ed al ristorante.

*"Siamo felici di partecipare nuovamente al Sustainable Economy Forum – dichiara **Mauro Gallavotti**, CEO del Gruppo Celli – in un momento storico come quello che stiamo vivendo, è importante confrontarsi sulle urgenti sfide del nostro tempo ed è necessario trovare soluzioni a lungo termine. Con il brand Acqua Alma ci impegniamo da anni per fornire soluzioni concrete e avanzate per un **approccio ed un trattamento sostenibile delle risorse** che abbiamo a disposizione."*



La transizione energetica ed ecologica al centro del Sustainable Economy Forum a San Patrignano il 7 aprile

Apr 5, 2022



Il 7 aprile la quarta edizione dell'evento promosso da Confindustria e San Patrignano: oltre venti relatori a confronto sulle missioni del PNRR

5 aprile 2022 – Sono oltre 500 i partecipanti registrati alla **quarta edizione del Sustainable Economy Forum**, che **giovedì 7 aprile** torna a San Patrignano in **modalità mista**, in presenza e online, per stimolare la riflessione sui temi al centro dell'agenda globale e contribuire alla ricerca di soluzioni alle sfide del nostro tempo. E' ancora possibile iscriversi gratuitamente al forum sul sito forum.sanpatrignano.org.

L'evento promosso da San Patrignano e Confindustria dedicherà quest'anno particolare **attenzione alla transizione energetica ed ecologica**, uno dei pilastri del progetto Next Generation EU e direttrice imprescindibile dello sviluppo futuro per assicurare un passaggio equo e inclusivo verso una società a impatto ambientale pari a zero. Il filo rosso dei lavori del forum sarà l'attuazione del **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza**, e come questo si cali nell'attuale scenario europeo e mondiale. Relatori di rilievo internazionale condivideranno esperienze di successo e illustreranno buone pratiche con l'obiettivo di offrire soluzioni di lungo periodo ai problemi e ai mutamenti in atto. Anche quest'anno il Forum intende offrire un'occasione di confronto per ripensare le politiche economiche e sociali, individuando linee guida condivise in una prospettiva a lungo termine.



La mattina del 7 aprile i lavori, moderati dalla giornalista **Anna Marino** di Radio 24, inizieranno alle 10 con gli interventi di **Carlo Bonomi**, Presidente di Confindustria, e **Carlo Pesenti**, Presidente della Fondazione San Patrignano. Alla missione del PNRR **Rivoluzione verde e transizione ecologica** sarà dedicato il primo focus del Forum, alle 10.20, con **Michele Viglianisi**, Responsabile Circular Economy & Green Refining di Eni; **Jean-Sebastien Decaux**, CEO JCDecaux Holding; **Giuseppe Molinari**, Presidente Camera di Commercio di Modena.

Alle 11.25 il focus su **Trasformazione digitale e innovazione** vedrà la partecipazione di **Matteo Del Fante**, Ceo di Poste Italiane; **Maximo Ibarra**, CEO Engineering; **Fausto Artoni**, Presidente IMPact SGR. La mattina si concluderà con il focus **Infrastrutture per la mobilità sostenibile**, alle 12.10, con gli interventi di **Massimiliano Di Silvestre**, Presidente e Ceo di BMW Italia; **Silvia Viviani**, architetto e urbanista; **Nicola Villa**, Vicepresidente esecutivo Strategic Growth, Mastercard.

Nel pomeriggio i lavori riprenderanno alle 14.30 con il focus dedicato a **Inclusione sociale e coesione**. Relatori **Paolo Bonassi**, Responsabile Direzione Strategic Support di Intesa Sanpaolo; **Niccolò Donna**, Responsabile Ricerca e Sviluppo FIGC; **Arianna Alessi**, Vicepresidente OTB – Only the Brave Foundation.



Alle 15.15 il focus **Cultura, educazione e ricerca** vedrà sul palco del forum **Paolo Neri**, Relationship Manager di Warrant Hub–Tinexta Group;

Laura Colnaghi Calissoni, Presidente di Carvico Group e Presidente dell'Associazione AMICHÆ; **Clarice Pecori Giraldi**, Curatrice della Collezione Genesi.

Ultimo focus alle 16 su un altro tema di stringente attualità, **Salute e modello one health**. Relatori la scienziata **Ilaria Capua**, Direttrice del One Health Center of Excellence dell'Università della Florida; **Umberto Agrimi**, Direttore Sicurezza alimentare, nutrizione e sanità pubblica veterinaria dell'Istituto Superiore di Sanità.

Il forum chiuderà alle 16.30 con le conclusioni tracciate dal Presidente della Fondazione San Patrignano **Carlo Pesenti** e da **Alberto Marengi**, Vicepresidente di Confindustria.

Il Sustainable Economy Forum 2022 è promosso da San Patrignano e Confindustria con Intesa Sanpaolo quale partner istituzionale. Eni e Gruppo 24 Ore sono Top partner dell'evento; partner Acqua Alma-Celli Group, BMW Group, Engineering, IGP Decaux, Poste Italiane, Warrant Hub; con il patrocinio della Figc.



Il Gruppo Celli partecipa al Sustainable Economy Forum di San Patrignano con Acqua Alma



Il Gruppo Celli, leader globale nel settore degli impianti e accessori per la spillatura di bevande, rinnova la partnership con San Patrignano partecipando al Sustainable Forum Economy 2022, l'evento che rappresenta un importante momento di riflessione e condivisione di esperienze sui temi chiave della sostenibilità e della responsabilità nelle loro varie declinazioni e nei più diversi settori.

Giovedì 7 aprile a San Patrignano imprenditori, economisti, policy-makers ed esperti di primo piano torneranno a confrontarsi, in particolare, sull'attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza e su come questo si cali nell'attuale scenario europeo e internazionale. I 6 focus del Forum saranno: rivoluzione verde e transizione ecologica; trasformazione digitale e innovazione; infrastrutture per la mobilità sostenibile; inclusione sociale e coesione; cultura, educazione e ricerca; salute e modello *one health*. Obiettivo stimolare la riflessione, lo scambio di esperienze e la ricerca di soluzioni a lungo termine alle sfide che il nostro tempo ci pone davanti in maniera sempre più pressante.

Il Gruppo Celli

Il Gruppo Celli con Acqua Alma parteciperà come partner del Sustainable Economy Forum 2022, promosso da Confindustria, sostenendo obiettivi ambiziosi e comuni, volti a creare una maggiore sensibilità sul tema della sostenibilità poiché è necessario un cambiamento, il più veloce possibile, verso un consumo più attento e consapevole delle risorse che abbiamo a disposizione. Proprio per questo il brand Acqua Alma promuove una conversione culturale dei consumi orientata al superamento del contenitore monouso e offre soluzioni avanzate per l'erogazione dell'acqua in ogni occasione di consumo: a casa, in ufficio ed al ristorante.

Il Gruppo Celli

“Siamo felici di partecipare nuovamente al Sustainable Economy Forum – dichiara Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli – in un momento storico come quello che stiamo vivendo, è importante confrontarsi sulle urgenti sfide del nostro tempo ed è necessario trovare soluzioni a lungo termine. Con il brand Acqua Alma ci impegniamo da anni per fornire soluzioni concrete e avanzate per un approccio ed un trattamento sostenibile delle risorse che abbiamo a disposizione.”

Il Gruppo Celli

Iscriviti qui per partecipare al Sustainable Forum Economy 2022

www.celligroup.com

www.acquaalma.com

@acquaalma



La transizione energetica ed ecologica al centro del Sustainable Economy Forum



Il 7 aprile la quarta edizione dell'evento promosso da Confindustria e San Patrignano: oltre venti relatori a confronto sulle missioni del PNRR. Sono oltre 500 i partecipanti registrati alla **quarta edizione del Sustainable Economy Forum**, che **giovedì 7 aprile** torna a **San Patrignano in modalità mista**, in presenza e online, per stimolare la riflessione sui temi al centro dell'agenda globale e contribuire alla ricerca di soluzioni alle sfide del nostro tempo. E' ancora possibile iscriversi gratuitamente al forum sul sito forum.sanpatrignano.org.

L'evento promosso da San Patrignano e Confindustria dedicherà quest'anno particolare **attenzione alla transizione energetica ed ecologica**, uno dei pilastri del progetto Next Generation EU e direttrice imprescindibile dello sviluppo futuro per assicurare un passaggio equo e inclusivo verso una società a impatto ambientale pari a zero. Il filo rosso dei lavori del forum sarà l'attuazione del **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza**, e come questo si cali nell'attuale scenario europeo e mondiale. Relatori di rilievo internazionale condivideranno esperienze di successo e illustreranno buone pratiche con l'obiettivo di offrire soluzioni di lungo periodo ai problemi e ai mutamenti in atto. Anche quest'anno il Forum intende offrire un'occasione di confronto per ripensare le politiche economiche e sociali, individuando linee guida condivise in una prospettiva a lungo termine.

La mattina del 7 aprile i lavori, moderati dalla giornalista **Anna Marino** di Radio 24, inizieranno alle 10 con gli interventi di **Carlo Bonomi**, Presidente di Confindustria, e **Carlo Pesenti**, Presidente della Fondazione San Patrignano. Alla missione del PNRR **Rivoluzione verde e transizione ecologica** sarà dedicato il primo focus del Forum, alle 10.20, con **Michele Viglianisi**, Responsabile Circular Economy & Green Refining di Eni; **Jean-Sebastien Decaux**, CEO JCDecaux Holding; **Giuseppe Molinari**, Presidente Camera di Commercio di Modena.

Alle 11.25 il focus su **Trasformazione digitale e innovazione** vedrà la partecipazione di **Matteo Del Fante**, Ceo di Poste Italiane; **Maximo Ibarra**, CEO Engineering; **Fausto Artoni**, Presidente IMPact SGR.

La mattina si concluderà con il focus **Infrastrutture per la mobilità sostenibile**, alle 12.10, con gli interventi di **Massimiliano Di Silvestre**, Presidente e Ceo di BMW Italia; **Silvia Viviani**, architetto e urbanista; **Nicola Villa**, Vicepresidente esecutivo Strategic Growth, Mastercard.

Nel pomeriggio i lavori riprenderanno alle 14.30 con il focus dedicato a **Inclusione sociale e coesione**. Relatori **Paolo Bonassi**, Responsabile Direzione Strategic Support di Intesa Sanpaolo; **Niccolò Donna**, Responsabile Ricerca e Sviluppo FIGC; **Arianna Alessi**, Vicepresidente OTB – Only the Brave Foundation.

Alle 15.15 il focus **Cultura, educazione e ricerca** vedrà sul palco del forum **Paolo Neri**, Relationship Manager di Warrant Hub–Tinexta Group; **Laura Colnaghi Calissoni**, Presidente di Carvico Group e Presidente dell'Associazione AMICHÆ; **Clarice Pecori Giraldi**, Curatrice della Collezione Genesi.

Ultimo focus alle 16 su un altro tema di stringente attualità, **Salute e modello one health**. Relatori la scienziata **Ilaria Capua**, Direttrice del One Health Center of Excellence dell'Università della Florida; **Umberto Agrimi**, Direttore Sicurezza alimentare, nutrizione e sanità pubblica veterinaria dell'Istituto Superiore di Sanità.

Il forum chiuderà alle 16.30 con le conclusioni tracciate dal Presidente della Fondazione San Patrignano **Carlo Pesenti** e da **Alberto Marengi**, Vicepresidente di Confindustria.

Il Sustainable Economy Forum 2022 è promosso da San Patrignano e Confindustria con Intesa Sanpaolo quale partner istituzionale. Eni e Gruppo 24 Ore sono Top partner dell'evento; partner Acqua Alma-Celli Group, BMW Group, Engineering, IGP Decaux, Poste Italiane, Warrant Hub; con il patrocinio della Figc.



Beer&Food Attraction 2022: interviste ai fornitori di tecnologie, attrezzature e materie prime



Dal 27 al 30 marzo a Rimini Fiera si è svolta Beer&Food Attraction 2022 e tra i vari espositori, giunti da tutta Italia e dall'estero, erano presenti anche numerosi fornitori di attrezzature, tecnologie e materie prime per la produzione ed i locali. Con un successo che ha superato i timori e le aspettative di molti, la fiera ha messo in luce progetti, novità e tecnologie innovative che le aziende hanno voluto presentare in occasione di uno degli eventi più attesi dell'anno. Beverfood.com ha intervistato alcune di queste, nell'ordine:

CIS Srl, Rastal Italia srl, Idroricerche, Uberti Srl e Celli Group.

CIS SRL

Intervista al CEO di Cis Antonello Mucci - Beer&Food Attraction 2022

"Il 2021 è stato un anno sicuramente positivo per la nostra azienda, abbiamo chiuso bene l'anno con delle buone prospettive anche per il 2022 che è partito bene nonostante tutto. Ce l'abbiamo fatta con tanti sacrifici, come hanno fatto tutte le aziende che sono qui in fiera, e tanta voglia di ripartire in maniera concreta" ha affermato **Antonello Mucci, CEO di CIS Srl**, commentando la situazione attuale.

+ info: www.cis-spareparts.com

RASTAL ITALIA SRL

Mara Ferri di Rastal a Beer & Food Attraction 2022

"Abbiamo un nuovo bicchiere, lo Smart Glass, che prevede una decorazione con un chip nfc. Il chip nfc è un'antenna che permette di inviare contenuti attraverso il cellulare: avvicinandolo al decoro si possono aprire delle pagine web e questo permette di costruire relazioni ancora più strette con i clienti. Abbiamo scelto di affidare il progetto informatico all'agenzia Contatto DiVino" ci ha raccontato **Mara Ferri, Business Manager di Rastal Italia Srl**.

IDRORICERCHE

Simone Giorgetti di Idroricerche presenta Smart Idro Box a Beer & Food Attraction 2022

“L’acqua è al centro del nostro operato, ma per i birrifici abbiamo l’Idrobox, un aggiornamento di un impianto che avevamo presentato nel 2020. Ora si chiama Smart Idrobox e permette ai microbirrifici di avere su telefonino e tablet il controllo dell’acqua per la loro birra. Il mastro birraio potrà scegliere l’acqua che vuole per il tipo di birra che va a comporre” ha dichiarato **Simone Giorgetti, Responsabile Marketing** dell’azienda.

+ info: www.idroricerche.com

UBERTI SRL

Fabio De Filippi, Amministratore di Uberti presenta l’azienda a Beer&Food Attraction 2022

“Quest’anno presentiamo un nuovo prodotto, l’Isaria 1924. Si tratta di un orzo selezionato, appunto, nel 1924 e lavorato fino al 1960. La Wayermann oggi ha messo in commercio questo prodotto, che è un orzo che produce un malto assimilabile alla birra tipo Vienna ma sa di biscotto. Hanno trovato il sistema di lavorarlo in modo da farne una birra secca” ha commentato il **Dottor Fabio De Filippo, l’Amministratore di Uberti**.

+ info: ubertive.com

CELLI GROUP

Intervista a Sandro Pireddu di Celli Group a Beer&Food Attraction 2022

“Nell’ultimo periodo abbiamo aumentato il livello di novità per quanto riguarda il mondo della spillatura mettendo dentro tanta tecnologia e tanto digitale. Quindi abbiamo tante macchine 4.0, novità sui sistemi di erogazione e questo in un mercato che volge a un cambiamento importante, quindi soluzioni per tutti i bisogni” ha spiegato **Sandro Pireddu, Direttore Commerciale di Celli Group**.

+ info: www.celli.com



Gruppo Celli al Sustainable Economy Forum 2022 con Acqua Alma

Gruppo Celli rinnova la partnership con San Patrignano partecipando in qualità di sponsor con Acqua Alma al Sustainable Forum Economy 2022



Ascolta la notizia in formato audio

Il Gruppo Celli, leader globale nel settore degli impianti e accessori per la spillatura di bevande, rinnova la partnership con San Patrignano partecipando al Sustainable Forum Economy 2022, l'evento che rappresenta un importante momento di riflessione e condivisione di esperienze sui temi chiave della sostenibilità e della responsabilità nelle loro varie declinazioni e nei più diversi settori.

Giovedì 7 aprile a San Patrignano imprenditori, economisti, policy-makers ed esperti di primo piano torneranno a confrontarsi, in particolare, sull'attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza e su come questo si cali nell'attuale scenario europeo e internazionale. I sei focus del Forum saranno: rivoluzione verde e transizione ecologica; trasformazione digitale e innovazione; infrastrutture per la mobilità sostenibile; inclusione sociale e coesione; cultura, educazione e ricerca; salute e modello one health. Obiettivo stimolare la riflessione, lo scambio di esperienze e la ricerca di soluzioni a lungo termine alle sfide che il nostro tempo ci pone davanti in maniera sempre più pressante.

Il Gruppo Celli con Acqua Alma parteciperà come partner del Sustainable Economy Forum 2022, promosso da Confindustria, sostenendo obiettivi ambiziosi e comuni, volti a creare una maggiore sensibilità sul tema della sostenibilità poiché è necessario un cambiamento, il più veloce possibile, verso un consumo più attento e consapevole delle risorse che abbiamo a disposizione. Proprio per questo il brand Acqua Alma promuove una conversione culturale dei consumi orientata al superamento del contenitore monouso e offre soluzioni avanzate per l'erogazione dell'acqua in ogni occasione di consumo: a casa, in ufficio ed al ristorante.

“Siamo felici di partecipare nuovamente al Sustainable Economy Forum – dichiara

Mauro Gallavotti, CEO del Gruppo Celli – in un momento storico come quello che stiamo vivendo, è importante confrontarsi sulle urgenti sfide del nostro tempo ed è necessario trovare soluzioni a lungo termine. Con il brand Acqua Alma ci impegniamo da anni per fornire soluzioni concrete e avanzate per un approccio ed un trattamento sostenibile delle risorse che abbiamo a disposizione.”.



Questo articolo ha una valutazione media di: Ancora nessun voto.

Autore articolo:

Redazione Altri articoli:

Puoi usare i filtri dei menu a tendina per selezionare gli autori o le categorie o fare una ricerca libera.

AllAngela PetroccioneDavide Di VietroFabio RussoRedazione 7 HorecanewsInmorfeo
RedazioneRedazione 2Redazione 3Redazione 4Redazione 5Rosaria CastaldoSimona
RicciValentina Masotti

Celli approda in Francia

Continua la corsa all'estero di Celli, gruppo attivo nel settore degli impianti e accessori per l'erogazione di bevande (tra i brand conta Acqua Alma), che apre una nuova filiale in Francia situata a Pont-Rémy (Abbeville), alle porte della regione Vimeu. La nuova sede, operativa da aprile 2022, vanta una superficie di oltre 2.400 metri quadri con uffici, showroom e un'ampia area di produzione e distribuzione. Tutti i sistemi per l'erogazione e la refrigerazione di bevande saranno quindi disponibili in stock e in pronta consegna per l'installazione. Inoltre, i consumatori francesi potranno ricorrere anche all'e-commerce.





San Patrignano: oggi la quarta edizione del Sustainable Economy Forum



Sono stati oltre 500 i partecipanti che in presenza e online hanno seguito la quarta edizione del Sustainable Economy Forum. L'evento promosso da San Patrignano e Confindustria con Intesa Sanpaolo quale partner istituzionale, ha dedicato particolare attenzione alla transizione energetica ed ecologica, uno dei pilastri del progetto Next Generation EU e direttrice imprescindibile dello sviluppo futuro per assicurare un passaggio equo e inclusivo verso una società a impatto ambientale pari a zero.

Il filo rosso dei lavori del forum è stato l'attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, e come questo si cali nell'attuale scenario europeo e mondiale, come ha spiegato in chiusura il vicepresidente di Confindustria Alberto Marengi: *“La transizione ad un modello di sviluppo sostenibile rappresenta il driver su cui, come sistema Paese, siamo chiamati a lavorare per affrontare gli effetti della crescente tensione geopolitica. Il conflitto Russia – Ucraina, infatti, si innesta in un quadro già complesso, con l'esplosione dei prezzi dell'energia e delle commodity minerarie e agricole, oltre alle difficoltà di approvvigionamento di semilavorati e semiconduttori, i colli di bottiglie lungo le catene di fornitura globali. Serve un approccio strutturale e di lungo periodo, che garantisca la tenuta e la competitività dell'industria italiana e delle filiere europee. Oltre alla capacità di “rimettere mano” al PNRR laddove, la contingenza, lo renda necessario, come lo è per la parte energetica. Dobbiamo calibrare i contenuti delle policy, a livello nazionale ed europeo, e ripensare ai tempi e ai modi per affrontare con efficacia la necessaria transizione ecologica. Le scelte politiche devono essere compiute nell'ottica di garantire la sostenibilità degli investimenti e delle attività d'impresa nel lungo periodo. La sostenibilità – ha concluso Marengi – è, infatti, un imperativo collettivo per costruire una economia forte e una società più inclusiva”.*

A fargli eco Carlo Pesenti, presidente della Fondazione San Patrignano: *“Parlare di sostenibilità è sempre sfidante, quasi un’utopia, intesa nel senso buono: non ci sono obiettivi da raggiungere, o meglio raggiungibili, perché mentre con fatica ci avviciniamo ad essi dobbiamo riposizionare le aspettative su prospettive ancora più ampie e complesse. Ma in questa corsa a tappe infinita, se saremo capaci di coglierne gli stimoli, avremo un’opportunità unica di crescere. Come individui, prima di tutto, poi come parte di un tessuto sociale in continua evoluzione, e ancora nei nostri ruoli in azienda, nelle istituzioni, nel mondo accademico, insomma in tutti i luoghi in cui si sperimenta la responsabilità e anche il piacere di poter contribuire a costruire il “cambiamento che vogliamo vedere nel mondo”.*

Moderato dalla giornalista Anna Marino di Radio24, il forum si è aperto con un confronto sul tema Rivoluzione verde e transizione ecologica. *“Oggi dobbiamo trasformare il paniere di problemi in opportunità energetica – ha spiegato Michele Viglianisi, Responsabile Circular Economy & Green Refining di Eni – La transizione non può avvenire dall’oggi al domani e non si realizza per le comunità ma con le comunità. Va evitata la competizione, l’unica partita da vincere è salvare il pianeta, utilizzando tutte le possibilità energetiche. Noi come Eni abbiamo accelerato processo di decarbonizzazione, azzerando le emissioni dei nostri prodotti e allo stesso tempo aumentando la produzione di energia da fonti rinnovabili e secondo i principi di economia circolare”.* A sostenere gli stessi argomenti Jean-Sebastien Decaux, CEO JCDcaux Holding, che ha posto l’accento sul sostegno del privato alla comunità: *“Filantropia e mondo produttivo non possono essere mondi separati ma fortemente interconnessi. Il Gruppo Igp Decaux da subito aveva avuto l’intuizione di finanziare interventi di pubblico interesse attraverso la promozione e la comunicazione”.* A concentrarsi sull’abbattimento delle emissioni anche Giuseppe Molinari, Presidente Camera di Commercio di Modena: *“Le decisioni che siamo chiamati a prendere avranno ed hanno già un impatto dirompente sulla nostra economia. L’abbattimento delle emissioni di Co2 è il vero obiettivo”.*

Altro focus indispensabile ha riguardato la Trasformazione digitale e innovazione che ha visto la partecipazione di Mirco Mischiatti, responsabile Digital, Technology and Operations di Poste Italiane: *“Abbiamo accompagnato e stiamo accompagnando il Paese verso la digitalizzazione, basti dire che abbiamo 20 milioni di interazioni giornalieri digitali. La nostra ambizione è quella di dar vita anche grazie alla digitalizzazione ad una società fortemente inclusiva e sostenibile. Questi investimenti sono il cuore delle aziende del futuro. Siamo l’interconnessione fra le imprese, le istituzioni e i cittadini. Per essere sostenibili serve però un maggior numero di tecnologie, ma anche un cambiamento culturale verso il mondo digitale”.* *“Negli ultimi anni la Digital Transformation ha subito una forte accelerazione, mostrandoci nuove opportunità per far evolvere il mondo in cui viviamo e lavoriamo – ha spiegato Maximo Ibarra, CEO Engineering - . La vera sfida adesso è utilizzare la tecnologia non solo come una commodity per essere più efficienti e competitivi, ma come un driver sociale che ci aiuti a creare un modello più sostenibile e inclusivo. Come Digital Transformation Company che ha tra i suoi obiettivi l’innovazione come strumento di design sociale, Engineering sente la responsabilità di porsi come partner strategico del Paese”.* Un modello di business che deve essere digitale e sostenibile al tempo stesso, come ha sottolineato anche Stefano Mach, amministratore delegato Impact SGR: *“Gestiamo il risparmio degli italiani spinti dal valore di responsabilità sugli investimenti. Siamo molto vicini alla sensibilità sociale e ambientale e cerchiamo di fare qualcosa di diverso con la finanza, non sempre vicina alle persone. C’è forte concentrazione di utile in poche aziende, ma va cercato un sistema di redistribuzione sociale. Vogliamo redistribuire utili in maniera diversa, il 50% in attività di carattere sociale”.*

7 aprile 2022 - 15:21

SAN PATRIGNANO. Sostenibilità parola chiave del futuro per un'economia forte e inclusiva. Pnrr una sfida obbligata ma quanto mai complessa



Oggi a San Patrignano la quarta edizione del Sustainable Economy Forum promosso da Confindustria e San Patrignano

7 aprile 2022 – Sono stati oltre 500 i partecipanti che in presenza e online hanno seguito la **quarta edizione del Sustainable Economy Forum**.

L'evento promosso da San Patrignano e Confindustria con Intesa Sanpaolo quale partner istituzionale, ha dedicato particolare **attenzione alla transizione energetica ed ecologica**, uno dei pilastri del progetto Next Generation EU e direttrice imprescindibile dello sviluppo futuro per assicurare un passaggio equo e inclusivo verso una società a impatto ambientale pari a zero.

Il filo rosso dei lavori del forum è stato l'attuazione del **Piano Nazionale di Ripresa e**

Resilienza, e come questo si cali nell'attuale scenario europeo e mondiale, come ha spiegato in chiusura il vicepresidente di Confindustria Alberto Marengi: “ La transizione ad un modello di sviluppo sostenibile rappresenta il driver su cui, come sistema Paese, siamo chiamati a lavorare per affrontare gli effetti della crescente tensione geopolitica. Il conflitto Russia – Ucraina, infatti, si innesta in un quadro già complesso, con l'esplosione dei prezzi dell'energia e delle commodity minerarie e agricole, oltre alle difficoltà di approvvigionamento di semilavorati e semiconduttori, i colli di bottiglie lungo le catene di fornitura globali. Serve un approccio strutturale e di lungo periodo, che garantisca la tenuta e la competitività dell'industria italiana e delle filiere europee. Oltre alla capacità di “rimettere mano” al PNRR laddove, la contingenza, lo renda necessario, come lo è per la parte energetica. Dobbiamo calibrare i contenuti delle policy, a livello nazionale ed europeo, e ripensare ai tempi e ai modi per affrontare con efficacia la necessaria transizione ecologica. Le scelte politiche devono essere compiute nell'ottica di garantire la sostenibilità degli investimenti e delle attività d'impresa nel lungo periodo. La sostenibilità – ha concluso Marengi – è, infatti, un imperativo collettivo per costruire una economia forte e una società più inclusiva”.

A fargli eco Carlo Pesenti, presidente della Fondazione San Patrignano: “Parlare di sostenibilità è sempre sfidante, quasi un'utopia, intesa nel senso buono: non ci sono obiettivi da raggiungere, o meglio raggiungibili, perché mentre con fatica ci avviciniamo ad essi dobbiamo riposizionare le aspettative su prospettive ancora più ampie e complesse. Ma in questa corsa a tappe infinita, se saremo capaci di coglierne gli stimoli, avremo un'opportunità unica di crescere. Come individui, prima di tutto, poi come parte di un tessuto sociale in continua evoluzione, e ancora nei nostri ruoli in azienda, nelle istituzioni, nel mondo accademico, insomma in tutti i luoghi in cui si sperimenta la responsabilità e anche il piacere di poter contribuire a costruire il “cambiamento che vogliamo vedere nel mondo”.

Moderato dalla giornalista **Anna Marino** di Radio24, il forum si è aperto con un confronto sul tema **Rivoluzione verde e transizione ecologica**. “Oggi dobbiamo trasformare il paniere di problemi in opportunità energetica – ha spiegato Michele Viglianisi, Responsabile Circular Economy & Green Refining di Eni – La transizione non può avvenire dall'oggi al domani e non si realizza per le comunità ma con le comunità. Va evitata la competizione, l'unica partita da vincere è salvare il pianeta, utilizzando tutte le possibilità energetiche. Noi come Eni abbiamo accelerato processo di decarbonizzazione, azzerando le emissioni dei nostri prodotti e allo stesso tempo aumentando la produzione di energia da fonti rinnovabili e secondo i principi di economia circolare”. A sostenere gli stessi argomenti Jean-Sebastien Decaux, CEO JCDcaux Holding, che ha posto l'accento sul sostegno del privato alla comunità: “Filantropia e mondo produttivo non possono essere mondi separati ma fortemente interconnessi. Il Gruppo Igp Decaux da subito aveva avuto l'intuizione di finanziare interventi di pubblico interesse attraverso la promozione e la comunicazione”. A concentrarsi sull'abbattimento delle emissioni anche Giuseppe Molinari, Presidente Camera di Commercio di Modena: “Le decisioni che siamo chiamati a prendere avranno ed hanno già un impatto dirompente sulla nostra economia. L'abbattimento delle emissioni di Co2 è il vero obiettivo”.

Altro focus indispensabile ha riguardato la **Trasformazione digitale e innovazione** che ha visto la partecipazione di Mirco Mischiatti, responsabile Digital, Technology and Operations di Poste Italiane: “Abbiamo accompagnato e stiamo accompagnando il Paese verso la digitalizzazione, basti dire che abbiamo 20 milioni di interazioni giornaliere digitali. La nostra ambizione è quella di dar vita anche grazie alla digitalizzazione ad una società fortemente inclusiva e sostenibile. Questi investimenti sono il cuore delle aziende del futuro. Siamo l'interconnessione fra le imprese, le istituzioni e i cittadini. Per essere sostenibili serve però un maggior numero di tecnologie, ma anche un cambiamento culturale verso il mondo digitale”. “Negli ultimi anni la Digital

Transformation ha subito una forte accelerazione, mostrandoci nuove opportunità per far evolvere il mondo in cui viviamo e lavoriamo. – ha spiegato **Maximo Ibarra**, CEO Engineering – La vera sfida adesso è utilizzare la tecnologia non solo come una commodity per essere più efficienti e competitivi, ma come un driver sociale che ci aiuti a creare un modello più sostenibile e inclusivo. Come Digital Transformation Company che ha tra i suoi obiettivi l'innovazione come strumento di design sociale, Engineering sente la responsabilità di porsi come partner strategico del Paese". Un modello di business che deve essere digitale e sostenibile al tempo stesso, come ha sottolineato anche Stefano Mach, amministratore delegato Impact SGR: "Gestiamo il risparmio degli italiani spinti dal valore di responsabilità sugli investimenti. Siamo molto vicini alla sensibilità sociale e ambientale e cerchiamo di fare qualcosa di diverso con la finanza, non sempre vicina alle persone. C'è forte concentrazione di utile in poche aziende, ma va cercato un sistema di redistribuzione sociale. Vogliamo redistribuire utili in maniera diversa, il 50% in attività di carattere sociale".

Una ricerca della sostenibilità che non può non guardare anche al tema delle **Infrastrutture per la mobilità**. "L'elettromobilità è la risposta più importante per la salvaguardia del clima, ma servono infrastrutture per incrementarla – spiega Massimiliano DiSilvestre, Presidente e Ceo di BMW Italia – Non a caso registriamo maggiori vendite veicoli elettrificati nelle zone in cui ci sono più infrastrutture. L'industria automobilistica europea è sulla strada giusta per il rispetto dell'ambiente, ma c'è un perimetro complesso rispetto le riduzioni". Si è concentrata sul tema delle infrastrutture anche **Silvia Viviani**, architetto e urbanista, ex componente Cda Cdp immobiliare: "Mobilità e infrastrutture sostenibili devono essere un sistema integrato di dispositivi per rispondere alle esigenze dei cittadini, avendo cura della salute di tutti". Una mobilità che dovrà beneficiare sempre più anche dei nuovi sistemi di pagamento, come ha spiegato Nicola Villa, Vicepresidente esecutivo Strategic Growth di Mastercard: "Grazie alla digitalizzazione abbiamo rivoluzionato i pagamenti nella mobilità pubblica e allo stesso tempo ridotto i costi per l'utente".

Nel pomeriggio è stata la volta del panel dedicato all'**Inclusione sociale e coesione**. Paolo Bonassi, Responsabile Direzione Strategic Support di Intesa Sanpaolo: "Le banche hanno la possibilità di orientare i finanziamenti verso progetti sostenibili ed oggi le tematiche ambientali e sociali sono al centro dell'impegno della banca". Una responsabilità sociale che ben conosce la FIGC come raccontato dal suo responsabile ricerca e sviluppo Niccolò Donna: "Il calcio può rappresentare uno strumento per coadiuvare il Paese in un percorso di sostenibilità. Salute e benessere, istruzione di qualità, parità di genere, città e comunità sostenibili e riduzione disuguaglianze sono alcuni dei temi che sviluppiamo e sosteniamo. Lo sport può rappresentare grande veicolo". Un percorso di inclusione che sostiene giorno dopo giorno anche la Only the Brave Foundation, come ha raccontato la sua vicepresidente **Arianna Alessi**: "Ci impegniamo per una maggiore sicurezza e crescita del benessere delle persone. Siamo il braccio armato del Gruppo Diesel a sostegno del territorio e crediamo che il coinvolgimento dei dipendenti del gruppo sia molto importante".

Spazio anche ai temi della **Cultura, educazione e ricerca** con Laura Colnaghi Calissoni, Presidente di Carvico Group e Presidente dell'Associazione AMICHÆ che ha sottolineato: "Il privato deve essere a sostegno del pubblico per cercare di trasmettere ai cittadini l'amore per l'arte e i valori che questa veicola". "Si può incrementare la sostenibilità con la conoscenza – le ha fatto eco Clarice Pecori Girdali, Curatrice della Collezione Genesi – La cultura provoca emozione e tramite queste c'è empatia con una storia. La cultura serve per tenere sempre alta l'attenzione sui diritti umani non sempre garantiti". Centrale anche il tema della ricerca come ha sottolineato Paolo Neri, Relationship Manager di Warrant Hub–Tinexta Group: "Se in passato ricerca e sviluppo erano fondamentali per la crescita di un'azienda, oggi lo è sempre più la

sostenibilità. Dobbiamo cambiare modelli di business agendo sulle persone”.

Ultimo focus su un altro tema di stringente attualità, **Salute e modello one health**. “One health è uno sguardo ampio sulla capacità di salute – ha spiegato **Umberto Agrimi**, Direttore Sicurezza alimentare, nutrizione e sanità pubblica veterinaria dell’Istituto Superiore di Sanità – Lo strumento di lavoro è l’interdisciplinarietà. L’ambiente è un elemento cruciale per garantire il nostro benessere e salute, la presenza futura della specie umana sul pianeta. I virus spesso vengono dal mondo animale, ma quando ci si accorge dei problemi il rischio è che sia troppo tardi. Serve integrazione fra le varie discipline per prevedere questi rischi e aumentare e migliorare il nostro rapporto con l’ambiente”. A intervenire infine la scienziata **Ilaria Capua**, Direttrice del One Health Center of Excellence dell’Università della Florida: “Il messaggio ricevuto dalla pandemia è che viviamo in un sistema chiuso che ha capacità di rigenerazioni limitate, dove ogni azione ha ripercussione su sistemi ad esso collegati. Dobbiamo prendere consapevolezza che siamo ciò che mangiamo e respiriamo”. Il Sustainable Economy Forum 2022 è promosso da San Patrignano e Confindustria con Intesa Sanpaolo quale partner istituzionale. Eni e Gruppo 24 Ore sono Top partner dell’evento; partner Acqua Alma-Celli Group, BMW Group, Engineering, IGP Decaux, Poste Italiane, Warrant Hub; con il patrocinio della Figc.

Forum di San Patrignano, sostenibilità parola chiave del futuro per un'economia forte e inclusiva



Redazione 07 aprile 2022 17:38

Sono stati oltre 500 i partecipanti che in presenza e online hanno seguito la quarta edizione del Sustainable Economy Forum. L'evento promosso da San Patrignano e Confindustria con Intesa Sanpaolo quale partner istituzionale, ha dedicato particolare attenzione alla transizione energetica ed ecologica, uno dei pilastri

del progetto Next Generation Eu e direttrice imprescindibile dello sviluppo futuro per assicurare un passaggio equo e inclusivo verso una società a impatto ambientale pari a zero.

Il filo rosso dei lavori del forum è stato l'attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, e come questo si cali nell'attuale scenario europeo e mondiale, come ha spiegato in chiusura il vicepresidente di Confindustria Alberto Marengi: "La transizione ad un modello di sviluppo sostenibile rappresenta il driver su cui, come sistema Paese, siamo chiamati a lavorare per affrontare gli effetti della crescente tensione geopolitica. Il conflitto Russia - Ucraina, infatti, si innesta in un quadro già complesso, con l'esplosione dei prezzi dell'energia e delle commodity minerarie e agricole, oltre alle difficoltà di approvvigionamento di semilavorati e semiconduttori, i colli di bottiglie lungo le catene di fornitura globali. Serve un approccio strutturale e di lungo periodo, che garantisca la tenuta e la competitività dell'industria italiana e delle filiere europee. Oltre alla capacità di "rimettere mano" al PNRR laddove, la contingenza, lo renda necessario, come lo è per la parte energetica. Dobbiamo calibrare i contenuti delle policy, a livello nazionale ed europeo, e ripensare ai tempi e ai modi per affrontare con efficacia la necessaria transizione ecologica. Le scelte politiche devono essere compiute nell'ottica di garantire la sostenibilità degli investimenti e delle attività d'impresa nel lungo periodo. La sostenibilità – ha concluso Marengi – è, infatti, un imperativo collettivo per costruire una economia forte e una società più inclusiva".

A fargli eco Carlo Pesenti, presidente della Fondazione San Patrignano: "Parlare di sostenibilità è sempre sfidante, quasi un'utopia, intesa nel senso buono: non ci sono obiettivi da raggiungere, o meglio raggiungibili, perché mentre con fatica ci avviciniamo

ad essi dobbiamo riposizionare le aspettative su prospettive ancora più ampie e complesse. Ma in questa corsa a tappe infinita, se saremo capaci di coglierne gli stimoli, avremo un'opportunità unica di crescere. Come individui, prima di tutto, poi come parte di un tessuto sociale in continua evoluzione, e ancora nei nostri ruoli in azienda, nelle istituzioni, nel mondo accademico, insomma in tutti i luoghi in cui si sperimenta la responsabilità e anche il piacere di poter contribuire a costruire il "cambiamento che vogliamo vedere nel mondo".

Moderato dalla giornalista Anna Marino di Radio24, il forum si è aperto con un confronto sul tema Rivoluzione verde e transizione ecologica. "Oggi dobbiamo trasformare il paniere di problemi in opportunità energetica – ha spiegato Michele Viglianisi, Responsabile Circular Economy & Green Refining di Eni - La transizione non può avvenire dall'oggi al domani e non si realizza per le comunità ma con le comunità. Va evitata la competizione, l'unica partita da vincere è salvare il pianeta, utilizzando tutte le possibilità energetiche. Noi come Eni abbiamo accelerato processo di decarbonizzazione, azzerando le emissioni dei nostri prodotti e allo stesso tempo aumentando la produzione di energia da fonti rinnovabili e secondo i principi di economia circolare". A sostenere gli stessi argomenti Jean-Sebastien Decaux, Ceo JCDcaux Holding, che ha posto l'accento sul sostegno del privato alla comunità: "Filantropia e mondo produttivo non possono essere mondi separati ma fortemente interconnessi. Il Gruppo Igp Decaux da subito aveva avuto l'intuizione di finanziare interventi di pubblico interesse attraverso la promozione e la comunicazione". A concentrarsi sull'abbattimento delle emissioni anche Giuseppe Molinari, Presidente Camera di Commercio di Modena: "Le decisioni che siamo chiamati a prendere avranno ed hanno già un impatto dirompente sulla nostra economia. L'abbattimento delle emissioni di Co2 è il vero obiettivo".

Altro focus indispensabile ha riguardato la Trasformazione digitale e innovazione che ha visto la partecipazione di Mirco Mischiatti, responsabile Digital, Technology and Operations di Poste Italiane: "Abbiamo accompagnato e stiamo accompagnando il Paese verso la digitalizzazione, basti dire che abbiamo 20 milioni di interazioni giornalieri digitali. La nostra ambizione è quella di dar vita anche grazie alla digitalizzazione ad una società fortemente inclusiva e sostenibile. Questi investimenti sono il cuore delle aziende del futuro. Siamo l'interconnessione fra le imprese, le istituzioni e i cittadini. Per essere sostenibili serve però un maggior numero di tecnologie, ma anche un cambiamento culturale verso il mondo digitale". "Negli ultimi anni la Digital Transformation ha subito una forte accelerazione, mostrandoci nuove opportunità per far evolvere il mondo in cui viviamo e lavoriamo. - ha spiegato Maximo Ibarra, Ceo Engineering - La vera sfida adesso è utilizzare la tecnologia non solo come una commodity per essere più efficienti e competitivi, ma come un driver sociale che ci aiuti a creare un modello più sostenibile e inclusivo. Come Digital Transformation Company che ha tra i suoi obiettivi l'innovazione come strumento di design sociale, Engineering sente la responsabilità di porsi come partner strategico del Paese". Un modello di business che deve essere digitale e sostenibile al tempo stesso, come ha sottolineato anche Stefano Mach, amministratore delegato Impact SGR: "Gestiamo il risparmio degli italiani spinti dal valore di responsabilità sugli investimenti. Siamo molto vicini alla sensibilità sociale e ambientale e cerchiamo di fare qualcosa di diverso con la finanza, non sempre vicina alle persone. C'è forte concentrazione di utile in poche aziende, ma va cercato un sistema di redistribuzione sociale. Vogliamo redistribuire utili in maniera diversa, il 50% in attività di carattere sociale".

Una ricerca della sostenibilità che non può non guardare anche al tema delle Infrastrutture per la mobilità. "L'elettromobilità è la risposta più importante per la salvaguardia del clima, ma servono infrastrutture per incrementarla – spiega Massimiliano DiSilvestre, Presidente e Ceo di BMW Italia – Non a caso registriamo

maggiori vendite veicoli elettrificati nelle zone in cui ci sono più infrastrutture. L'industria automobilistica europea è sulla strada giusta per il rispetto dell'ambiente, ma c'è un perimetro complesso rispetto le riduzioni". Si è concentrata sul tema delle infrastrutture anche Silvia Viviani, architetto e urbanista, ex componente Cda Cdp immobiliare: "Mobilità e infrastrutture sostenibili devono essere un sistema integrato di dispositivi per rispondere alle esigenze dei cittadini, avendo cura della salute di tutti". Una mobilità che dovrà beneficiare sempre più anche dei nuovi sistemi di pagamento, come ha spiegato Nicola Villa, Vicepresidente esecutivo Strategic Growth di Mastercard: "Grazie alla digitalizzazione abbiamo rivoluzionato i pagamenti nella mobilità pubblica e allo stesso tempo ridotto i costi per l'utente".

Nel pomeriggio è stata la volta del panel dedicato all'Inclusione sociale e coesione. Paolo Bonassi, Responsabile Direzione Strategic Support di Intesa Sanpaolo: "Le banche hanno la possibilità di orientare i finanziamenti verso progetti sostenibili ed oggi le tematiche ambientali e sociali sono al centro dell'impegno della banca". Una responsabilità sociale che ben conosce la FIGC come raccontato dal suo responsabile ricerca e sviluppo Niccolò Donna: "Il calcio può rappresentare uno strumento per coadiuvare il Paese in un percorso di sostenibilità. Salute e benessere, istruzione di qualità, parità di genere, città e comunità sostenibili e riduzione disuguaglianze sono alcuni dei temi che sviluppiamo e sosteniamo. Lo sport può rappresentare grande veicolo". Un percorso di inclusione che sostiene giorno dopo giorno anche la Only the Brave Foundation, come ha raccontato la sua vicepresidente Arianna Alessi: "Ci impegniamo per una maggiore sicurezza e crescita del benessere delle persone. Siamo il braccio armato del Gruppo Diesel a sostegno del territorio e crediamo che il coinvolgimento dei dipendenti del gruppo sia molto importante".

Spazio anche ai temi della Cultura, educazione e ricerca con Laura Colnaghi Calissoni, Presidente di Carvico Group e Presidente dell'Associazione AMICHÆ che ha sottolineato: "Il privato deve essere a sostegno del pubblico per cercare di trasmettere ai cittadini l'amore per l'arte e i valori che questa veicola". "Si può incrementare la sostenibilità con la conoscenza – le ha fatto eco Clarice Pecori Giraldi, Curatrice della Collezione Genesi - La cultura provoca emozione e tramite queste c'è empatia con una storia. La cultura serve per tenere sempre alta l'attenzione sui diritti umani non sempre garantiti". Centrale anche il tema della ricerca come ha sottolineato Paolo Neri, Relationship Manager di Warrant Hub–Tinexta Group: "Se in passato ricerca e sviluppo erano fondamentali per la crescita di un'azienda, oggi lo è sempre più la sostenibilità. Dobbiamo cambiare modelli di business agendo sulle persone".

Ultimo focus su un altro tema di stringente attualità, Salute e modello one health. "One health è uno sguardo ampio sulla capacità di salute – ha spiegato Umberto Agrimi, Direttore Sicurezza alimentare, nutrizione e sanità pubblica veterinaria dell'Istituto Superiore di Sanità - Lo strumento di lavoro è l'interdisciplinarietà. L'ambiente è un elemento cruciale per garantire il nostro benessere e salute, la presenza futura della specie umana sul pianeta. I virus spesso vengono dal mondo animale, ma quando ci si accorge dei problemi il rischio è che sia troppo tardi. Serve integrazione fra le varie discipline per prevedere questi rischi e aumentare e migliorare il nostro rapporto con l'ambiente". A intervenire infine la scienziata Ilaria Capua, Direttrice del One Health Center of Excellence dell'Università della Florida: "Il messaggio ricevuto dalla pandemia è che viviamo in un sistema chiuso che ha capacità di rigenerazioni limitate, dove ogni azione ha ripercussione su sistemi ad esso collegati. Dobbiamo prendere consapevolezza che siamo ciò che mangiamo e respiriamo". Il Sustainable Economy Forum 2022 è promosso da San Patrignano e Confindustria con Intesa Sanpaolo quale partner istituzionale. Eni e Gruppo 24 Ore sono Top partner dell'evento; partner Acqua Alma-Celli Group, BMW Group, Engineering, IGP Decaux, Poste Italiane, Warrant Hub.