

**Acque minerali** Il gruppo di Scorzè aumenta il fatturato del 6% nei primi sei mesi del 2011

# «San Benedetto a caccia di marchi per rompere l'assedio dei colossi»

**Zoppas: valutiamo acquisizioni, non è da escludere la Borsa**

SCORZE' (Venezia) — Tene-re piantata la bandiera nel cuore del Nordest, in un mondo come quello dell'alimentare «assediato» da colossi che corrispondono al nome di Nestlé, Coca Cola o Ferrero, e sempre più caratterizzato dal dominio straniero (vedi il caso Parmalat). **San Benedetto** baluardo di impresa familiare e di vocazione esclusivamente industriale: «Questo è il nostro orgoglio», dice il presidente Enrico Zoppas, rappresentante di quel ramo della dinastia che, cinque anni fa, decise di assumere il controllo totale del gruppo dell'acqua minerale (liquidando i cugini), affiancandolo al tradizionale business nella meccanica. «Veniamo dagli elettrodomestici, e abbiamo portato tanta innovazione nelle tecnologie di imbottigliamento. Questa azienda investe 40 milioni all'anno per ricerca e sviluppo».

Stretto fra pesi massimi nella concorrenza e politiche strampalate che tendono a penalizzare il settore («sapete l'ultima? una tassa sulle bottigliette per finanziare l'auto elettri-

ca»), **San Benedetto** tiene comunque botta e non rinuncia a pensare in grande. «Vogliamo crescere con le acquisizioni, stando attenti a non farci schiacciare dalle grandi multinazionali con cui ci confrontiamo. E se capitasse una grossa opportunità, che magari richiede uno sforzo finanziario notevole, potremmo anche considerare la quotazione in Borsa, idea che in questi anni abbiamo dovuto accantonare per la caduta dei mercati finanziari». Il gruppo ha chiuso i primi sei mesi del 2011 con una crescita del 6% nel fatturato complessivo, che nell'intero 2010 ha raggiunto quota 859 milioni, cifra quasi identica a quella del 2009. La marginalità lo scorso anno si è mantenuta a livelli interessanti (Mol a 140 milioni) con un utile netto che ha raggiunto gli 11,4 milioni. Gli occupati sono 1.700, e la gran parte (1.100) lavora nello stabilimento-quartier generale di Scorzè. Quest'anno bisogna fare i conti con il caro materie prime. «Pet, zucchero, succhi: prezzi schizzati in alto, e non è facile scaricare sul mercato i

maggiori costi». La redditività è destinata dunque a calare nel 2011 «ma non siamo particolarmente preoccupati», anche perché l'indebitamento, elevato per via del *family buy out* compiuto nel 2006 con l'aiuto di Mediobanca, dimagrisce secondo le attese: adesso è attestato a 440 milioni.

Altra minaccia viene dalla diminuzione dei consumi alimentari. Il gruppo **San Benedetto** risponde puntando sui prodotti di più alto valore aggiunto: «Il 55% dei nostri ricavi ormai viene dalle bibite. Nel tè siamo stati tra i precursori in Italia e abbiamo la leadership. E grazie alla licenza Schweppes, vantiamo posizioni importanti nell'acqua tonica o nelle bevande a base di frutta. Non abbiamo intenzione di abbandonare l'acqua minerale, che è fondamentale per il gruppo, ma dobbiamo considerarla sempre più una *commodity*, soprattutto nei marchi a prezzo di fascia più bassa (Guizza è quello di casa, ndr)». Nel solco di questa strategia, si punta a nuovi prodotti come l'Acqua Vitaminica e all'introduzione

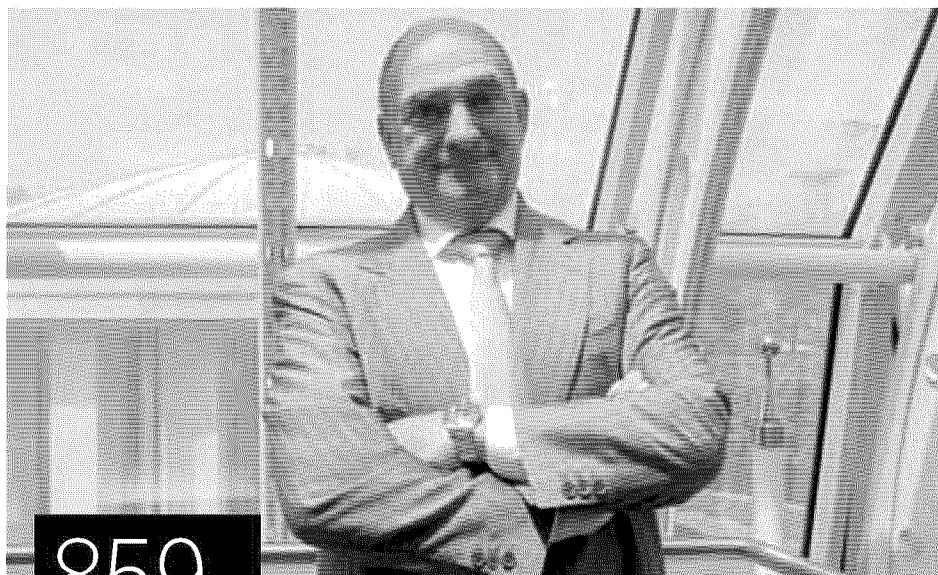
di packaging meno impattanti, come la bottiglietta Easy ad alta percentuale di pet riciclato: c'è la necessità di presentarsi al mercato come *eco-friendly*, in epoca di campagne non proprio favorevoli al settore.

Ma non è l'«acqua del sindaco», che pure un po' di mercato alle acque minerali lo ha eroso, a togliere il sonno a Zoppas. E neanche la supertassa regionale sul prelievo di acqua dalle fonti (poi abbassata in cambio del mantenimento dell'occupazione) che «ci ha svantaggiato rispetto agli stabilimenti in altre regioni». Il vero problema è dato dal quadro generale: «Gli imprenditori sono delusi dalla politica perché hanno visto che l'industria non è stata al centro dell'attenzione del governo. È mancata una chiarezza di obiettivi». Eppure, «le imprese venete ce la faranno. Ce l'abbiamo fatta anche quando negli anni 70 c'era l'inflazione al 30% e circolavano i mini-assegni. Ne ho viste di tutti i colori, in passato. Per questo, tutto sommato, resto ottimista».

**Claudio Trabona**

© RIPRODUZIONE RISERVATA





859

**Milioni**  
il fatturato 2010  
del gruppo San  
Benedetto. L'utile  
è stato di 11,4  
milioni

**Dinastia** Enrico Zoppas, presidente del gruppo **San Benedetto** (Errebi)



*Puntiamo sempre più sulle  
bevande. I debiti? Sotto controllo*