

Data	Pagina
25 febbraio 09	1 -15

## INTERVISTA

# ZOPPAS: INFRASTRUTTURE E ATTENZIONE ALL'AMBIENTE PER RILANCIARE L'ECONOMIA

**VENEZIA.** Infrastrutture e aziende attente all'ambiente. Solo così Enrico Zoppas, uno dei maggiori industriali italiani, intravede una via d'uscita dalla crisi. «Nel 2010 - dice - la crisi sarà passata e allora i primi a ripartire saranno quei Paesi che ora stanno finanziando le grandi opere. Su questo in Italia c'è titubanza e non è un bel segnale».

**F. FERRARI** >>15

L'INTERVISTA

## Zoppas: «Ripartiamo dalla logistica»

Modello Obama per l'Italia: «È possibile sfruttare la crisi per investire in infrastrutture»

FRANCESCO FERRARI

**VENEZIA.** La vera notizia è che, nel pieno della bufera internazionale, esiste ancora qualcuno che riesce a sorridere. Se, poi, quel "qualcuno" è Enrico Zoppas, uno dei maggiori industriali italiani, viene quasi voglia di guardare al futuro con un pizzico di ottimismo in più. 64 anni, dopo gli esordi nell'azienda di famiglia, la Zoppas elettrodomestici (poi incorporata nella Zanussi), Enrico Zoppas nel 1971 diventa amministratore e nel 2004 presidente dell'Acqua San Benedetto Spa.

**Partiamo dal 2008: come si è chiuso l'anno per il suo gruppo?**

«In modo sostanzialmente positivo. Malgrado l'andamento delle temperature sfavorevole e i primi effetti della crisi economica, i segnali sono stati confortanti rispetto ai nostri competitor. Secondo le prime stime, il fatturato consolidato 2008, comprendente tutte le attività del gruppo, dovrebbe attestarsi a 837 milioni di euro con una crescita del 2,5%. Oggi siamo il primo gruppo interamente italiano nel mercato del beverage analcolico».

**È già possibile fare una previsione per il 2009?**

«Riteniamo di poter chiudere l'anno su livelli molto simili a quelli del 2008. I dati di gennaio ci confermano che fra i consumatori c'è un clima di sfiducia molto radicato, ma nel nostro caso le vendite non ne hanno risentito in modo significativo. Credo che il fatto di arginare o meno la crisi dipenda essenzialmente dalle strategie aziendali».

**Nel vostro caso quali strategie avete adottato?**

«Abbiamo puntato sul rapporto qualità-prezzo, senza tradire la nostra vocazione. A questo va aggiunto che il valore dell'italianità, sottolineato dall'unicità di un gruppo a totale capitale italiano, rappresenta un forte

asset dell'azienda per il forte legame col territorio, ma ad un tempo anche per la capacità d'interpretare e soddisfare con la massima tempestività i fabbisogni dei consumatori. Questi risultati sono arrivati anche grazie ad un forte orientamento all'innovazione che da sempre caratterizza l'azienda. Non va trascurato, inoltre, che San Benedetto porta da sempre con sé nel suo dna l'eccellenza come valore primario. La stessa mission aziendale è sintetizzata nell'espressione "Risorse per la Vita" e sottolinea il nostro impegno per la tutela dell'ambiente».

**L'attenzione alle problematiche ambientali può essere un valore aggiunto per lo sviluppo aziendale, in questo momento storico?**

«Assolutamente, soprattutto perché oltre al fattore squisitamente ecologico c'è quello relativo al risparmio energetico, sempre più decisivo in anni in cui il prezzo del petrolio ha innescato una corsa che solo ora sembra fermarsi. La fetta dei consumatori che ormai sono sensibili alle tematiche ambientali oramai è maggioritaria come dimostra la scelta di colossi americani di esporre sui propri scaffali solo prodotti certificati *energy saving*. Noi siamo stati i primi in Italia nel 1983, a introdurre sul mercato bottiglie in pet arrivando a registrare brevetti in tal senso, un modo innovativo di proporre bevande, una disponibilità al nuovo che ha portato nel tempo all'attenzione verso le materie prime e allo smaltimento del packaging. Di recente abbiamo introdotto sul mercato una nuova generazione di bottiglie che utilizzano almeno il 30% di plastica in meno rispetto a 25 anni fa e abbiamo avviato un progetto di ricerca con Nanofab e l'università di Padova per la realizzazione di contenitori ad impatto ambientale zero, attraverso l'utilizzo delle nanotecnologie».



Enrico Zoppas, 64 anni

### AMBIENTE E AZIENDE

«La percentuale dei consumatori sensibili ai temi ambientali oramai è maggioritaria»

**Rispettare l'ambiente significa anche ridurre il trasporto su gomma.**

«Vero. Non a caso il nostro gruppo si rivolge sempre più alla ferrovia. Anche se i problemi non mancano. Si riferisce ai servizi?»

«Non solo. Nei giorni scorsi le Fs hanno annunciato un aumento del 15-16% delle tariffe. Non penso sia la strada giusta. Capisco l'esigenza di arrivare al pareggio di bilancio, ma le politiche della logistica dovrebbero seguire altre logiche. Noi la nostra scelta l'abbiamo già fatta: abbiamo delocalizzato, avvicinandoci al cliente. Ma è fuor di dubbio che la logistica dovrebbe essere considerata con più attenzione».

**Stati Uniti e Cina hanno deciso di affrontare la crisi investendo sulle infrastrutture. Crede che l'Italia dovrebbe fare altrettanto?**

«Assolutamente. Quando la crisi finirà, i primi a ripartire saranno quei Paesi che, in questi mesi, stanno finanziando le grandi opere. In questo senso, vedo parecchia titubanza in Italia. E questo non è un bel segnale».

**Le dice "quando la crisi finirà". Proviamo ad azzardare...**

«Fare previsioni è difficilissimo. Questa è una crisi profonda, molto seria, dalla quale non sarà facile uscire. Ma ho motivo di credere che nel 2010 sarà passata. Questo, almeno, è ciò che si capta nell'economia reale».

**Esiste un problema enorme, fra le aziende italiane: la stretta del credito.**

«Senza dubbio. Le banche stanno pensando a salvare se stesse, dimenticando le esigenze delle piccole e medie aziende. Ma abbandonare queste realtà significa impedire al Paese di tornare a crescere».

**Quale deve essere, a suo avviso, il ruolo di Confindustria in questo momento?**

«Confindustria ha un ruolo importantissimo: deve farsi portavoce delle problematiche delle aziende. Soprattutto di quelle di minori dimensioni, che sono le più esposte alla crisi».

francesco.ferrari@ilsecoloxix.it

### >> L'AZIENDA

**800 MILIONI DI FATTURATO IN OTTANTA PAESI**

\*\*\*VENEZIA. La società Acqua San Benedetto, nata nel 1956 per l'imbottigliamento delle acque minerali delle due sorgenti di Scorzè (Venezia), Fonte San Benedetto e Fonte Guizza, in breve tempo si è trasformata da piccolo produttore locale in azienda presente in tutto il territorio italiano, con interessi anche fuori dai confini nazionali, grazie ad una strategia di massicci investimenti in innovazione ed in tecnologia, che ha visto il suo maggiore sviluppo negli anni 80, quando comincia a imbottigliare l'acqua in confezioni Pet. Oggi il gruppo è attivo in oltre 80 paesi nei cinque continenti, ed è presente con insediamenti produttivi sia in Italia che all'estero. Con un fatturato consolidato di gruppo di 800 milioni di euro, San Benedetto opera in tutti i più importanti segmenti del beverage, leader in Italia nelle bibite platte, co-leader nell'acqua, nel thé, nelle bibite gassate e negli sport drinks. L'acqua San Benedetto è stata utilizzata in occasione dell'insediamento del presidente degli Stati Uniti d'America, Barack Obama.