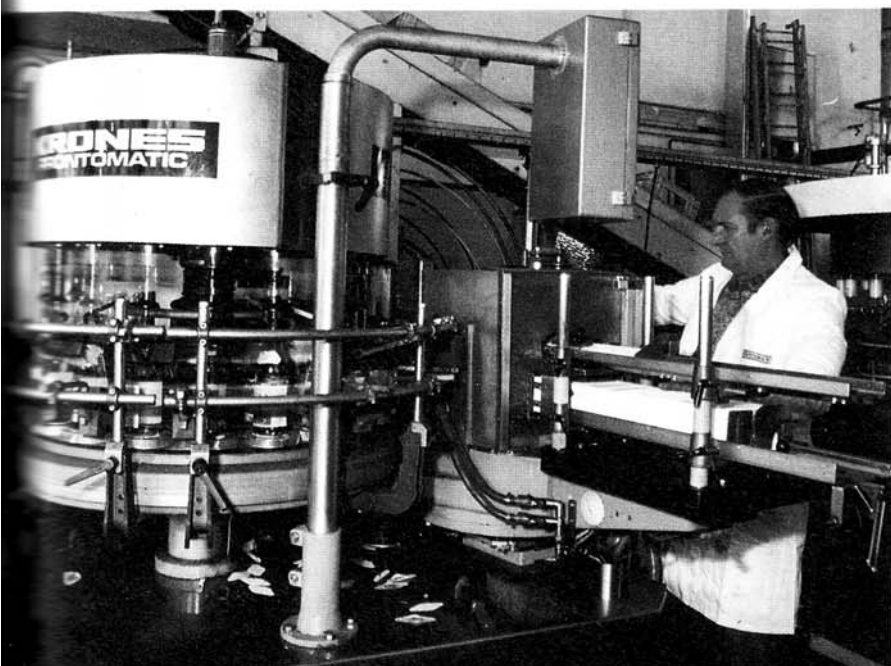


UNA DITTA DI LUSERNA, DA ANNI, SULLE NOSTRE TAVOLE

SPAREA E ALPI COZIE, UN'ACQUA DI VALLE

di Giancarlo Percivati

Lo stabilimento della Val Pellice produce acqua minerale dal 1971 - Due fonti per un fatturato superiore ai due miliardi - Servite mense, caserme, ospedali.



CARLO BOLA

Una fase dell'imbottigliamento dell'acqua minerale nello stabilimento di Luserna Alta.

Luserna Alta, ai confini con Lusernetta. Sulla destra della strada che collega i due Comuni, alle pendici della montagna, sorge, seminascondo da una vecchia casa, un moderno complesso industriale. Qui, nei capannoni della ditta Pontevecchio, si produce un bene che ritroviamo molto spesso sulle nostre tavole imbandite: l'acqua minerale.

L'azienda Pontevecchio nasce, come società in accomandita semplice, nel 1971 per opera di Giovanni Damilano, che ottiene l'autorizzazione all'imbottigliamento dell'acqua di una sorgente, la Sparea, che sgorga sulle montagne della Val Pellice, ad oltre 600 metri di altezza. Di anno in anno l'impresa di Damilano, originario di Barolo, si ingrandisce sempre

Dipendente della Pontevecchio al quadro di controllo durante la sistemazione del prodotto nelle cassette di plastica destinate al trasporto.

CARLO BOLA



SINTESI DI BILANCIO

Ecco i principali dati di bilancio relativi al 1989 (espressi in milioni di lire):

- *fatturato acqua*: Lit. 2.081;
- *immobilizzazioni*: Lit. 3.828 (di cui circa 1.500 relativi a vetri, pianali e cestelli);
- *f.do amm. immobil.*: Lit. 2.109 (di cui circa 1.000 relativi a vetri, pianali e cestelli);
- *costi del personale*: Lit. 611;
- *costi per confezione*: Lit. 399 (tappi, etichette, ecc. escluse bottiglie);
- *costo del trasporto*: Lit. 378;
- *energia*: Lit. 137.

AUMENTATO IL FATTURATO IN 5 ANNI (in milioni di lire)

1985	1.503 milioni
1986	1.811 milioni
1987	1.947 milioni
1988	2.076 milioni
1989	2.081 milioni

□

un'acqua di valle

più, potenziando e migliorando la sua produzione e cogliendo le opportunità offerte da un mercato che, soprattutto nell'ultimo decennio, ha fatto registrare una notevole espansione. Si è così resa necessaria, dal punto di vista giuridico, la trasformazione in S.r.l., mentre nell'ambito produttivo la ditta lusernese si è ampliata con la creazione del marchio «Alpi Cozie» che utilizza una seconda fonte presente in zona, nota come Sorgente dell'Oro.

Attualmente la ditta pinerolese, diretta da Giovanni Damilano e dai suoi due figli, si estende su un'area di circa 2.000 metri quadrati coperti ed occupa 17 persone, di cui 13 operai e 4 impiegati, tra amministrativi e tecnici.

Le due acque oligominerali prodotte dalla Pontevecchio S.r.l. hanno caratteristiche chimiche simili tra loro ed hanno un buon potere diuretico, tale da farla risultare indicata al consumo ospedaliero. L'azienda lusernese fornisce, infatti, in modo diretto, oltre il 70% degli ospedali torinesi, presentandosi, quasi esclusivamente, nelle bottiglie da 1/2 litro, che rappresentano un buon terzo dell'intera produzione.

La gamma di prodotti offerta sul mercato dalla Pontevecchio S.r.l. va dall'acqua minerale naturale a quella addizionata con anidride carbonica, con un prodotto intermedio, soltanto leggermente gassato, che si adatta alle attuali esigenze del consumatore.

Gli impianti di via Ponte Pietra 3 producono, mediamente, 13 mila bottiglie da 1/2 litro l'ora, con uno sfruttamento della capacità produttiva di circa il 50%. L'acqua che sgorga sulle montagne passa attraverso alcune vasche di decantazione, localizzate nei pressi della sorgente ed accuratamente isolate dagli agenti esterni.

Da qui, attraverso un acquedotto privato, con portata di circa due litri al secondo per la Sparea e di tre per l'Alpi Cozie, l'acqua viene trasportata a valle, dove viene immagazzinata in quattro grandi cisterne che forniscono gli impianti di imbottigliamento e fungono da polmone per mantenere costante la produzione nei periodi di secca.

Grande cura viene prestata, nell'ambito produttivo, al lavaggio delle bottiglie riciclate. Queste subiscono accurati controlli ed un lungo lavaggio, della durata di oltre 40 minuti, durante il quale viene utilizzata esclusivamente acqua di fonte, con l'uso di detergenti come la soda caustica e particolari additivi. Si procede poi al riempimento, con due macchine che lavorano in parallelo e che provvedono, in blocco, alla chiusura, e, dopo un ulteriore controllo da parte di un addetto, rivolto soprattutto a controllare i livelli, si passa alla fase di etichettatura. Il ciclo si conclude, sempre attraverso nastri trasportatori, con l'incassatrice, che colloca le bottiglie nelle cassette di plastica, e con il pallettizzatore, che costruisce la pedana formata, per le bottiglie da un litro, da 45 o 54 cassette.

L'organizzazione di vendita si avvale di una rete di concessionari, dislocati in tutto il Piemonte ed in una parte della Lombardia, che provvedono a vendere il prodotto, in particolare la confezione da un litro, ai consumatori privati. La bottiglia da mezzo litro, invece, finisce per lo più nelle mense aziendali (la Pontevecchio è fornitrice di tutte le mense Fiat), nelle caserme e negli ospedali. Per trasportare le cassette di acqua dalla fabbrica alla destinazione l'azienda lusernese si avvale esclusivamente di trasportatori privati, con un'incidenza di questo costo sul fatturato, che ha superato i due miliardi, di quasi il 20%. □



IN CRESCITA FRA PLASTICA E SPORT

Se l'acqua è un bisogno fondamentale da sempre, l'acqua minerale lo è quasi diventato, a forza, in questi ultimi tempi. Il pericolo di inquinamento delle acque, sempre più reale e diffuso, ha fatto orientare il consumatore verso le acque oligominerali, chimicamente pure e controllate.

E di questa situazione la ditta Pontevecchio ha saputo cogliere il lato positivo, sfruttando nel modo migliore le opportunità offerte dal mercato. Negli anni passati l'azienda di Damilano è così cresciuta, espandendo il proprio fatturato fino a raggiungere, attraverso il miliardo e mezzo del 1985, gli attuali 2 miliardi e dedicando grandi forze agli investimenti che l'hanno fatta rimanere al passo coi tempi.

Ma ora il mercato sembra avere un'inversione di tendenza, non tanto nei consumi quanto nella presentazione del bene. E per mantenere le quote conquistate in un mercato dove la concorrenza si fa sempre più agguerrita, è di nuovo tempo di cambiamenti.

Così tra gli obiettivi della ditta di Luserna c'è, in tempi sufficientemente brevi, l'adeguamento del prodotto alle richieste del consumatore. Il futuro è nella grande distribuzione al dettaglio, attraverso supermercati e cash and carry, dove regna la plastica ed il vuoto a perdere. E la Damilano si prepara a presentare le sue acque oligominerali Sparea ed Alpi Cozie con il nuovo vestito.

Un modo per stare al passo coi tempi, come anche l'interesse della società verso il mondo sportivo, dove partecipa, con le sue forniture, al successo dello sport lusernese. Il tutto con un solo, piccolo grande rammarico: non aver potuto servire il mitico Brasile! □

Centinaia di bottiglie sui nastri trasportatori prima e dopo l'etichettatura.

