

Coca-Cola compra Lurisia l'acqua di Eataly

La divisione italiana della multinazionale
di Atlanta investe 88 milioni

di **Ettore Livini**

MILANO – La Coca Cola continua la sua svolta salutista (o aspirante tale) e si beve l'acqua – e il chinotto – dell'italianissima Lurisia. Il colosso delle bollicine di Atlanta ha iniziato da tempo una revisione "ecologica" del suo portafoglio prodotti. La campagna contro le bevande zuccherate ha schiacciato i consumi di queste bombe caloriche ai minimi degli ultimi 35 anni. Un numero crescente di Paesi in giro per il mondo ha deciso di tassarle per scoraggiarne l'acquisto e per rimpinguare le casse dello Stato. E i big, *obtorito collo*, si sono adattati. Diversificando nel settore delle bevande energetiche, in grado di garantire margini, e soprattutto riabilitando il più umile dei concorrenti dei loro marchi classici: l'acqua.

L'operazione Lurisia, una sorta di "Ferrari" delle minerali acquistata dagli americani per 88 milioni di dollari, risponde in pieno a questo identikit. Le fonti piemontesi sono entrate in funzione quasi 100 anni fa quando i minatori – picconando la roccia delle montagne monregalesi per ricavarne le lose, le lastre di pietra per l'edilizia, hanno portato alla luce una sorgente ottima da bere e ideale, sostenevano loro, per rimarginare piaghe e ferite. Dopo qualche decennio di sfruttamento industriale "low-profile", il controllo della società è passato a un consorzio formato da Oscar Farinetti e la sua Eataly, dalla famiglia Invernizzi e dai fondi dei De Agostini. E la vecchia Cenerentola delle fonti piemontesi è stata trasformata dai maghi del design e del marketing in una sorta di principessa delle acque minerali. Imbot-

tagliata in artistiche bottiglie di vetro disegnate da Guzzini e Sotsass, prodotte in edizioni limitate e rielaborata con antiche ricette e ingredienti italiani sotto forma di chinotto, gazzose e acque toniche. La ricetta ha funzionato. Lurisia ha iniziato a crescere, riuscendo a spuntare prezzi "premium" nell'affollatissimo mondo delle acque minerali e monopolizzando alla voce bevande molti degli appuntamenti di Slow Food, che da ieri, però, ha interrotto la collaborazione. E la Coca, attirata da un brand che attraverso la sua rete distributiva potrebbe avere margini di crescita immensi, ha messo mano al portafoglio. Il management rimarrà in azienda per «assicurare la continuità del business». Ma sulle raffinate fonti piemontesi, da ieri, sventola la bandiera rossa della Coca Cola.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Oscar
Farinetti**



Nato ad Alba in Piemonte nel 1954. È stato il proprietario di Unieuro. Fonda nel 2004 Eataly, catena che distribuisce prodotti alimentari di qualità

Il valore

88

L'acquisto
Il gigante mondiale della Coca Cola ha comprato Lurisia per 88 milioni di dollari

L'alimentare
continua
a conquistare
mercati e gusti
dei consumatori
Così un colosso
globale sceglie
un marchio
piemontese
mentre
la multinazionale
di Alba aumenta
gli stipendi





▲ Le bibite di Lurisia