

Economia

IL BUSINESS NEL BICCHIERE

L'acqua San Carlo diventa una bevanda fresca e digestiva alle erbe macerate

Imprenditore ha rilevato lo stabilimento e la concessione
Con lo chef Martinelli produrrà il nuovo prodotto

Irene Arquint

MASSA. La massese Acqua San Carlo resta toscana e investe sul territorio con una nuova bevanda del benessere a base di erbe locali a firma **Michele Martinelli**. Lui, uno chef che ha visto il mondo passando per le corsie privilegiate di principi e regnanti, dopodiché ha scelto la semplicità di una locanda sulle colline livornesi, sulla panoramica che collega Chioma a Castelnuovo della Misericordia, nel comune di Rosignano Marittimo. L'altro, Eugenio Alphantery, un imprenditore di nobili origini piemontesi, amante di oggetti antichi ancora disponibili all'uso e a continuare a scriverla, la storia. Infine un bacino termale immerso in 20 ettari di balze e boschi, dalle cui sorgenti sgorga un'acqua detossificante dei tessuti. Mescolando il tutto se ne esce con un rilassato sospiro di sollievo per l'avvenire di quella parte

di monte e dei quattordici dipendenti che lavorano nello stabilimento. Tre le fonti attive imbottigliate nello stabilimento che porta il nome della località termale già nota ai Romani: la Zonder (la più preziosa), l'Aurelia e la Tiberia da cui sgorga un'acqua oligominerale molto pura e dal basso residuo fisso a cui agli inizi del Novecento il medico **Nicola Zonder** riconobbe proprietà terapeutiche. Un anno fa **Eugenio Alphantery** ha deciso di riacquistare concessione e stabilimento che erano entrate nella vendita con l'azienda fiorentina, e rilanciare. Così, dopo la cessione dell'Officina Profumo Farmaceutica Santa Maria Novella, Alphantery cambia settore e sceglie ancora una volta di puntare sulla storia e di contribuire al benessere delle persone, seppur in altro ramo. «Con le aziende storiche non bisogna pensare al guadagno immediato – spiega l'ancora in carica presidente dell'Unione Imprese Stori-

che Italiane – sono come un abito sartoriale cucito addosso al cliente». Ecco perché per il momento l'impianto d'imbottigliamento, che tratta solo il vetro, è operativo due giorni a settimana. «Ma puntiamo a un pieno regime che possa presto portare i dipendenti a una trentina, per ottimizzare i macchinari che potenzialmente potranno arrivare a imbottigliare fino a 100mila unità. Stiamo rivendendo tutto l'assetto, incluso quello distributivo», dice l'ingegnere.

E in linea con tale sensibilità, insieme allo chef Michele Martinelli esperto di erbi spontanei, ha deciso di investire in una bevanda ottenuta dalla macerazione e successiva fermentazione di menta, tè verde, malva, bacche di rosa canina molto ricche di vitamina C ed altre aromatiche. «È un progetto cui lavoro da anni, già realtà nel laboratorio del mio ristorante, ma che aveva bisogno di crescere. L'idea



Lo chef Michele Martinelli con Gabriella Carlucci all'inaugurazione di Fermento Vivenda

era di creare una bevanda della salute facilmente accessibile» Michele Martinelli spiega cosa sta dietro a Fermento Vivenda, ottenuta da piante con proprietà antinfiammatorie, che contribuiscono ad abbassare il colesterolo e a innalzare le difese immunitarie grazie agli effetti probiotici. I giardinieri di San Carlo stanno predisponendo alcuni terrazzamenti alle colture necessarie. «Aiuta nella digestione, contribuisce al benessere

dell'apparato gastroenterico donandogli equilibrio. È un vero alleato della salute. Si tratta di una coltura di lieviti e probiotici che vivono in simbiosi trasformando la miscela di erbe in una bevanda fermentata piacevolmente frizzante che può essere consumata durante il pasto, in un centro benessere ma anche come ingrediente di un cocktail per l'aperitivo. Dissetante è perfetta sotto l'ombrello per il suo sapore particolar-

mente fresco, profumato ed aromatico».

Sarà reperibile presso lo spaccio aziendale da poco inaugurato in via Castagnina a Massa, in botteghe e ristoranti selezionati come quello aperto nel parco di fianco allo stabilimento da **Roberto De Franco** (spostatosi dal Volver del Porto Turistico Marina Cal de' Medici di Castiglioncello), in farmacie, con un occhio al mercato estero.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La toscana Certified Origins Italia è diventata uno dei leader italiani da realtà locale oggi esporta in tutto il mondo e fattura 130 milioni

Nata a Grosseto 13 anni fa ora è la multinazionale dell'olio "made in Tuscany"

Massimiliano Frascino

GROSSETO. È di fatto una multinazionale tascabile dell'agroalimentare made in Tuscany e Italy. Che ha ingegnerizzato la filiera dell'olio extravergine d'oliva (Evo) concatenando produzione, gestione agronomica, certificazioni di qualità e strategie commerciali per arrivare allo scaffale della Gdo. Partita nel 2009 come una scommessa, oggi Certified Origins Italia è uno dei leader ita-

liani nella commercializzazione dell'olio Evo, con un fatturato che varia a seconda degli anni dai 130 ai 140 milioni di euro, tutto realizzato sui mercati esteri. Prevalentemente Usa, Canada, Giappone, Australia, Corea del Sud, Inghilterra e Messico. La società, che ha sede nell'area produttiva del "Madonnino" di Braccagni, dieci chilometri a nord di Grosseto, lungo la variante Aurelia, è stata costituita dall'oleificio sociale Olma di Grosseto (33%), dalla Montalbano Agri-

cola Alimentare Toscana spa di Vinci (33%) – società che raggruppa i soci di Legacoop – e dalla Candor dell'imprenditore catalano Gerard Yara (34%). Il sodalizio si basa su una divisione precisa dei compiti: Olma e Montalbano, che da sole rappresentano i 2/3 abbondanti nella produzione di olio Evo Igp Toscano, si occupano dell'assistenza tecnica e agronomica ai piccoli produttori che associano, la Candor, che ha sviluppato un know how specifico commerciale.



Il presidente Massimo Neri

«Il 2009 – spiega **Massimo Neri**, presidente di Certified Origins Italia e di Olma – è stato l'anno della svolta. Conclusi l'aggiornamento dei frantoi e delle modalità di conduzione degli oliveti, ci siamo concentrati sull'ultimo miglio per portare il nostro prodotto sugli scaffali. Certified Origins Italia nasce sul presupposto di assistere dal punto di vista commerciale i produttori associati negli oleifici sociali, per garantire loro un prezzo remunerativo e mantenere viva l'olivicol-

tura che caratterizza la Toscana. Tredici anni dopo possiamo dire di avere centrato l'obiettivo, assicurando lo sbocco sui mercati internazionali all'olio Evo, che al consumatore finale viene venduto a un prezzo di 12-13 dollari a bottiglia, e un prezzo di 9 euro al chilo ai produttori. In particolare, al di là delle quote che ognuno dei nostri frantoi vende direttamente sul mercato interno, noi commercializziamo l'80 per cento dell'olio Evo Igp Toscano che va all'estero. Rispetto al quale la domanda sovrasta abbondantemente il prodotto disponibile».

Certified Origins Italia, d'altra parte, non si limita a commercializzare olio made in Tuscany, ma anche olio Evo italiano e biologico certificati. Nel grande hub di imbottigliamento di Braccagni confluisce il prodotto ritirato dalla Toscana e dal resto d'Italia, viene confezionato e poi spedito quasi tutto via nave dai porti di Livorno, Civitavecchia e La Spezia. L'azienda – oltre trenta addetti tra operai e amministrativi – è stata la prima a introdurre

il sistema di tracciabilità nel prodotto basato sulle blockchain, affidato a un ufficio apposito diretto da **Andrea Biagiatti**. Mentre il reparto commerciale è diretto dal manager **Andrea Barbini**. «La nostra organizzazione – aggiunge il presidente Neri – si avvale di altre società controllate che hanno sede negli Usa, dove il nostro distributore è Costco (Seattle), in Spagna, che si occupa del mercato messicano dove vendiamo olio delle cooperative spagnole, e in Cina, dove abbiamo messo un piede in vista dello sviluppo in futuro. In questa fase le uniche difficoltà riguardano la catena logistica, perché sono aumentati i costi ed è difficile trovare autisti. In termini commerciali, invece, non abbiamo problemi, perché l'extravergine d'oliva ha reputazione e consumi crescenti: un vero e proprio status symbol. In prospettiva – conclude Neri – anche se stanno emergendo le produzioni di Paesi come Argentina e Cile, vedo un mercato in crescita nel quale c'è spazio per lavorare bene tutti».

