



Economia - Lmdv Capital investe nel futuro di Acqua Fiuggi: un impegno per la tradizione e l'eccellenza italiana

Frosinone - 06 giu 2024 (Prima Notizia 24) L'ingresso del Family Office di Leonardo Maria Del Vecchio al 72.5% per preservare e promuovere l'eredità di un marchio con 8 secoli di storia.

“Siamo onorati e impegnati sin da subito a rinnovare e dare nuovo impulso al marchio Fiuggi, rafforzandone il posizionamento e la competitività sia a livello nazionale che internazionale”. Così Leonardo Maria Del Vecchio annuncia l'ingresso del suo Family Office nel 72,5% della Società Acqua e Terme Fiuggi SpA: “Un investimento strategico volto a rivalorizzare un marchio italiano con quasi otto secoli di storia e scrivere una nuova pagina nella storia di un'eccellenza italiana”. In Italia vengono confezionati quasi 17 miliardi di litri di acqua, di cui quasi 15 destinati al mercato interno con un giro d'affari superiore ai 3 miliardi di euro e con tassi di crescita quasi in double digit. Questi numeri confermano la resilienza del settore e il primato storico dell'Italia nel mercato delle acque confezionate, sempre più apprezzato anche in altri mercati Europei e Nordamericano, che delle etichette Made in Italy riconoscono le qualità organolettiche e il packaging curato ed elegante. “Il marchio Fiuggi – ha aggiunto Del Vecchio - rappresenta non solo un prodotto di alta qualità, ma anche un patrimonio culturale e storico del Made in Italy: un pilastro imprescindibile su cui si fonda la strategia di LMDV Capital e che supportiamo in tutte le sue forme. Questo investimento, inoltre, mira a coinvolgere attivamente la comunità locale che è il cuore pulsante di questa azienda, rispettando un altro dei valori fondanti del Family Office: mettere le persone al centro dei nostri progetti”. Le proprietà depurative e benefiche di quest'acqua, derivanti dalla composizione del territorio in cui si trova il bacino idrico, situato ai piedi dei Monti Ernici, nella conca di Fiuggi (FR), note sin dal XIII secolo e celebrate anche da Michelangelo nel suo «l'acqua che rompe la pietra», l'hanno resa famosa nel mondo. La storia racconta, infatti, che l'Acqua Fiuggi sia apprezzata sin dal Medioevo da regnanti, nobili e Papi, come dimostrano le forniture che Papa Bonifacio VIII richiedeva per sé e per la corte papale. Il brand Fiuggi è, oggi, iscritto nel Registro dei Marchi Storici dal Ministero dello Sviluppo Economico. Il rilancio, secondo l'imprenditore, avverrà su due piani: “A livello nazionale vogliamo ridare vigore e il footprint commerciale che merita ad un marchio di qualità che, oltre a soddisfare un bisogno primario del consumatore, offre indubbi proprietà benefiche e depurative per lo stesso. A livello internazionale, pur vantando già di una distribuzione di tutto rispetto, puntiamo a incrementare la nostra presenza nei segmenti premium water in mercati come Nord America e Medio Oriente”. Il mercato globale dell'acqua da bere è infatti, destinato a raggiungere un giro d'affari superiore ai 400 miliardi di dollari nel 2026. Alla base della crescita del settore c'è soprattutto una maggiore attenzione alla salute nel mondo. In Nord America, in particolare, sempre più persone iniziano a preferire l'acqua alle bevande zuccherate. Nel

panorama dell'Asia Pacifica, inoltre, è cresciuta la consapevolezza sulle malattie che si rischiano bevendo acqua non controllata. In questo scenario l'Italia è posizionata particolarmente bene per cogliere un trend di crescita: il nostro Paese è infatti il secondo maggiore esportatore globale di acque destinate al consumo con vendite all'estero aumentate di più del 100% dal 2010 che rendono l'acqua il secondo prodotto alimentare italiano. "È nostra intenzione – conclude Del Vecchio – cogliere e guidare questa opportunità di mercato e riportare il marchio Fiuggi ai livelli che merita".

(Prima Notizia 24) Giovedì 06 Giugno 2024