



Comunicato stampa del 26 settembre 2018

FONTE MARGHERITA:

IL RILANCIO PASSA PER L'ALTA RISTORAZIONE

Prossimo obiettivo dell'azienda, acquisita nel 2017 dal 33enne Denis Moro, sono i ristoranti. L'acqua vicentina presenta una bottiglia di design dallo stile rétro

La prossima sfida dell'acqua **Fonte Margherita** è l'alta ristorazione. E lo fa con una nuova bottiglia di design che nelle forme ricorda le bottiglie di latta che – tra gli anni '50 e '70 – erano utilizzate dalle famiglie per andare a prendere il latte nei negozi alimentari. Un omaggio alla tradizione del vuoto a rendere che l'azienda ha sempre portato avanti nel suo stabilimento di acqua e oggi, per la prima volta, anche nel mondo della ristorazione.

Il più antico impianto d'imbottigliamento del Veneto – la fonte risale al 1845 - è stato rilevato a un passo dal fallimento da **Denis Moro** nel febbraio 2017. Il giovane imprenditore ha sfidato il mercato e le multinazionali con una produzione esclusivamente in vetro puntando su sostenibilità, innovazione di prodotto e creazione di una nuova immagine del marchio. “In questi mesi – spiega Moro – abbiamo gradualmente ripreso in mano tutte le fasi dell'imbottigliamento fino a quando Fonte Margherita è tornata all'equilibrio economico e finanziario. Dopo aver ridisegnato l'azienda partendo dalle radici del suo territorio con l'obiettivo di darle una nuova identità, siamo pronti per lanciarla su scala nazionale. È il momento di puntare in alto e far scoprire le acque delle Piccole Dolomiti, tra le migliori d'Italia per leggerezza, con un residuo fisso di 47 mg/l e un Ph di 6.9”.

Il design della nuova bottiglia è stato sviluppato da **Vetrobalsamo, produzione bottiglie speciali** di Milano. L'intenzione è quella di richiamare la forma della bottiglia di latte attraverso otto facce o coste poligonali. La particolarità è la scritta che appoggia sul fondo - *Acqua da bere* – una dicitura insolita che vuole sottolineare la qualità dell'acqua minerale, elevandola ad un livello superiore. Il vetro della nuova bottiglia ottagonale è bianco, una trasparenza scelta appositamente per far vedere il prodotto all'interno. Per produrla – spiega **Matteo Scarci**, responsabile di prodotto e marketing - è stata utilizzata una tecnologia a impatto zero, tramite *ossiocombustione*, che non crea fumi e prodotti di scarto”.

Una scelta etica che si aggiunge alla pratica del vuoto a rendere, a sostenere l'impegno nella sostenibilità che muove le decisioni dell'azienda, a partire dalla scelta di **Vetrobalsamo**. “Abbiamo scelto di collaborare con loro – continua **Moro** - perché sono tra i pochi rimasti in Italia a lavorare in modo artigianale, percorrendo allo stesso tempo pratiche ecosostenibili”.

La bottiglia nasce per ricordare la tradizione, anche attraverso il design dell'etichetta. Studio e ricerca sono stati alla base di ogni scelta per rispettare l'immagine del marchio: per questo è stato rispolverato un archivio storico di 110 grafiche, studiate e analizzate per ricreare un'immagine iconica e contemporanea, che rispettasse quella originale, riportando nel 2018 l'identità di un'azienda con radici profonde nel suo territorio.

Fonte Margherita

Fonte Margherita nasce ai piedi delle Piccole Dolomiti, il suo è il più antico impianto di imbottigliamento del Veneto, le proprietà delle sue acque sono infatti conosciute dal 1845. L'azienda è formata da due storici stabilimenti: Fonte Margherita (1845) e Sorgente Alba (1971). Nel febbraio del 2017 viene acquisita da Denis Moro, giovane imprenditore dell'alto vicentino, raggiunto l'anno successivo da Nicola Sartore, Ceo dell'azienda metalmeccanica padovana Sariv. Oggi le sorgenti a cui ogni stabilimento attinge sono tre: Camonda e Alba che imbottigliano le diverse acque Fonte Margherita, Alba e Azzurra, insieme alla sorgente Bolfe Giotti, non ancora commercializzata, per un totale di 13 milioni di bottiglie.

Ufficio Stampa:

Giada Azzolin

371 1135535

giada@studiocru.com

Claudia Zigliotto

371 3350217

claudia@studiocru.com