

INTERVISTA/MANAGER



UN SUCCESSO ALL'INSEGNA DELL'AMBIENTE

IN UN MERCATO MOLTO CONCORRENZIALE CHE PRIVILEGIA QUALITÀ, INNOVAZIONE, SICUREZZA E NATURALITÀ DEI PRODOTTI, EMERGONO MANAGER VIRTUOSI CHE SPOSANO VALORI COME LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E SOCIALE

DI MARIA ELENA DIPACE



Ha iniziato la sua carriera professionale in Deloitte & Touche e poi in KPMG Luxembourg. Rientrato in Italia, ha intuito le potenzialità del settore food & beverage e ha sviluppato il progetto Fonte Margherita 1845, di cui è attualmente socio e Amministratore Delegato. Parliamo di **Denis Moro**, il manager che nel febbraio del 2017 ha visto in Fonte Margherita 1845 un marchio storico da rilanciare e, assieme alla famiglia Sartore (con il coinvolgimento di Nicola Sartore), ha preso gli stabilimenti vicentini, riassunto i dipendenti e, dopo aver rinnovato gli

impianti e le bottiglie, ha riposizionato sul mercato la “buona acqua minerale delle Piccole Dolomiti”.

Con una ramificazione commerciale più forte nel Triveneto e in continuo consolidamento in tutto il Belpaese e all'estero, **Fonte Margherita 1845 ha realizzato una costante crescita di fatturato che nel 2023 si prevede raggiunga i 7 milioni di euro.**

CI RACCONTI IL SUO PERCORSO PROFESSIONALE E COM'È NATO IL PROGETTO FONTE MARGHERITA.

Sono nato in un piccolo paese, Breganze, in provincia di Vicenza, ma ben presto ho iniziato

a viaggiare. Dopo la laurea in Economia, mi sono occupato prima di revisione dei conti, poi sono passato alla corporate finance. Per diversi anni ho lavorato tra Lussemburgo, Italia e Brasile lavorando per Deloitte & Touche e KPMG Luxembourg. A un certo punto ho preso un anno sabbatico che ho trascorso in Sud America come volontario di progetti di cooperazione internazionale. In Brasile ho approfondito le tematiche ambientali e i progetti di valorizzazione territoriale. Rientrato in Italia, nel 2017 ho lanciato il progetto Fonte Margherita 1845, l'azienda nata da un'idea che coniuga ambiente, territorio, persone e antiche produzioni e presta ogni attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale. Alla promozione di uno stile di vita sano, alla non-alcoholic mission e alla solidarietà attraverso il sostegno a una Fondazione onlus di ricerca scientifica pediatrica.

DAL 2020 AVETE INIZIATO A RACCOGLIERE I FRUTTI DELLE STRATEGIE CON UN FATTURATO CHE CONTINUA A CRESCERE.

Dopo aver approntato i necessari adeguamenti tecnologici negli stabilimenti e reso sempre più funzionali e sostenibili i processi, abbiamo lavorato sulla nuova strategia di posizionamento dei marchi con un lavoro certosino di restyling sulle bottiglie, sulle etichette e sui prodotti da inserire sul mercato.

AVETE BANDITO LA PLASTICA IN VIRTÙ DEL CONCETTO DI SOSTENIBILITÀ ED ECONOMIA CIRCOLARE.

Attualmente Fonte Margherita 1845 ha tre stabilimenti in Veneto, cinque marchi di storiche acque minerali delle Piccole Dolomiti (Fonte Margherita, Acqua Azzurra, Fonte Regina Staro, Fonte Lonera Staro, Sorgente Alba), due linee di

bibite analcoliche ed è presente con le diverse etichette in Italia e all'estero nell'Horeca, in alcune insegne della distribuzione moderna, nella distribuzione automatica e nel porta-a-porta. Per tutelare l'ambiente, imbottiglia esclusivamente in vetro e in cartone eco-sostenibile. Nel door-to-door nel Triveneto è attivo il servizio di vuoto a rendere così da realizzare un'economia circolare. Anche all'estero, in Belgio e in Germania, Fonte Margherita 1845 distribuisce con il vuoto a rendere grazie a modalità di trasporto sostenibile (la ferrovia), che permette di ridurre le emissioni di gas.

E POI C'È DA SEGNALARE L'INNOVATIVO BRICK RICICLABILE...

Il brick Fonte Margherita 1845 nei suoi vari formati – 0,50 lt, 0,33 lt e 0,25 lt – è comodo, si può trasportare nella propria borsa e contiene l'acqua oligominerale delle Valli del Pasubio, naturalmente povera di sodio, che sgorga dalla sorgente Camonda. La confezione è in cartone interamente riciclabile, incluso il tappo, e consente un suo facile riuso.





SUL PIANO PRODUTTIVO NEL BIENNIO 2021-22 AVEVATE PREVISTO NUOVI INVESTIMENTI...

Esatto. Abbiamo investito oltre 2,5 milioni di euro per assecondare il trend di crescita aziendale attraverso nuovi investimenti tecnologici e il totale rinnovo del parco imballi, cioè bottiglie e casse per i vari canali distributivi. A oggi la capacità produttiva delle tre linee in vetro supera le 280 mila bottiglie per turno di lavoro. Inoltre, abbiamo potenziato anche il laboratorio Ricerca & Sviluppo, sempre più centrale nell'innovazione dei prodotti a cui dedichiamo grande attenzione.

PARLIAMO DEGLI APERITIVI ANALCOLICI. AVETE APPENA LANCIATO UNA TERZA REFERENZA.

Abbiamo tre gustosi aperitivi, rigorosamente analcolici: Spritz Zero, Gin Tonica Zero e il recente Bellini Zero, realizzati con l'acqua oligominerale delle Piccole Dolomiti e selezionati aromi naturali, senza coloranti artificiali e senza alcool. Con questi tre aperitivi Fonte Margherita 1845 promuove una forma di socialità responsabile, la possibilità cioè di divertirsi e di socializzare bevendo analcolici. I delicati aromi naturali sono stati selezionati con grande attenzione dal laboratorio Ricerca & Sviluppo dell'azienda. Sono disponibili nelle originali bottiglie di vetro da 27,5 cl che rimandano ai tempi passati, così come le etichette che sono state rivisitate in chiave contemporanea da importanti designer. La nuova referenza è il Bellini Zero, l'aperitivo analcolico destinato al fuori casa e al mondo della mixology. Sarà distribuito nell'originale bottiglia in vetro in Italia, in Europa e nel Middle East (Emirati Arabi Uniti, Arabia Saudita e Qatar). Il Bellini Zero è realizzato con l'acqua minerale della sorgente Camonda, pura polpa di pesca e aromi naturali.



LA NATURALITÀ DEGLI INGREDIENTI COINVOLGE ANCHE LE VOSTRE BEVANDE?

Le bevande analcoliche Fonte Margherita 1845 sono disponibili in otto gusti diversi, realizzate con acqua minerale delle Piccole Dolomiti e aromi naturali. Aranciata, Cola, Mandarino, Chinotto, Ginger, Limonata, Gazzosa e Mandarino Verde nel formato in vetro da 27,5 cl, destinate all'Horeca che ricerca qualità ed eleganza.

CI PARLI DI MELEGATTI E DEL CASEIFICIO FRATELLI CASTELLAN.

Ho avuto un percorso di 18 mesi nella Melegatti 1894 dove ho ricoperto il ruolo di Amministratore Delegato e dove ho seguito l'acquisto e il rilancio del famoso brand italiano. Successivamente, ho deciso di entrare nel mondo dei freschi con il Caseificio Fratelli Castellan di Treviso perché ho rivisto le potenzialità di Fonte Margherita 1845, un'azienda storica con un prodotto eccellente che aveva bisogno di essere rilanciata in Italia e portata come simbolo del Made in Italy oltre confine.

QUALI SONO I PROSSIMI PROGETTI?

Avendo la potenzialità di cinque sorgenti e cinque linee produttive, in tre stabilimenti, siamo concentrati a crescere in modo sostenibile per linee interne. Sicuramente siamo attenti a effettuare eventuali acquisizioni nel caso in cui il mercato ne offrisse l'opportunità.

QUANTO È IMPORTANTE IN QUESTO 'CAMMINO' LA PARTNERSHIP CON I DISTRIBUTORI HORECA?

È fondamentale la partnership con i distributori Horeca. Senza un approccio di filiera e un'equa distribuzione del valore non è possibile fare un percorso virtuoso e sostenibile di crescita.