

## Acqua imprigionata

Di Francesco Montanari (20.01.2007)

Fa ormai parte del pensare comune l'idea che l'acqua minerale in bottiglia sia necessariamente migliore di quella che esce dal nostro rubinetto.

Non e' così. Infatti, mentre l'acqua pubblica è monitorata periodicamente, l'acqua che acquistiamo nei negozi viene controllata molto meno frequentemente. Provate a leggere qualche etichetta e non stupitevi se l'ultima data delle analisi risale ad alcuni anni fa.

Eppure... è quasi fissa, nel nostro cervello, l'idea perversa che l'acqua imbottigliata sia più buona! Così siamo disposti a pagare fino a diecimila volte il prezzo dell'acqua che esce dai nostri rubinetti per bere quella che troviamo nei supermercati!

Un sempre maggior numero di persone sostiene che per l'acqua si combatteranno le guerre del domani. Già oggi due terzi della popolazione mondiale vive in aree dove cade solo un quarto delle precipitazioni annue globali, e alcuni paesi, come Israele, Giordania e Yemen, stanno già prelevando dalla falde a loro disposizione una quantità d'acqua superiore a quella che potrà essere reintegrata naturalmente.

Negli ultimi anni commercializzare acqua è diventato un vero e proprio business. Anzi, stando agli ultimi dati, è difficile trovare un altro settore finanziario con margini di guadagno così alti.

Per fare un esempio: secondo una ricerca di mercato del gruppo Mintel, tra il 2000 e il 2004 in Gran Bretagna le vendite di acqua in bottiglia sono aumentate del 46 per cento, per un totale di circa 2 miliardi di litri; in Gran Bretagna il consumo medio pro capite di acqua imbottigliata è di 35,7 litri l'anno e il fatturato del settore si avvicina ai 2,5 miliardi di euro.

Così è la tendenza anche in Italia, e pure in tutto il resto del pianeta dove il valore complessivo del settore è stimato a 35 miliardi di euro.

Uno studio presentato dall'Earth Policy Institute, organizzazione no profit statunitense, mette in evidenza il fatto che nel mondo nel 2004 sono stati consumati 154 miliardi di litri d'acqua in bottiglia, il 57% in più rispetto ai 98 miliardi di litri del 1999. Una domanda che cresce anche dove l'acqua di rubinetto è sicura. Insieme, salgono rifiuti e consumi energetici. Primi nella classifica dei consumatori gli Usa, con 26 miliardi di litri, seguono il Messico con 18 miliardi di litri, Cina e Brasile, con 12 miliardi di litri ciascuno. L'Italia è quinta con più di 10 miliardi di litri (un incremento del 57 per cento negli ultimi cinque anni), ma prima al mondo per consumo pro-capite: ogni italiano beve quasi 184 litri all'anno di acqua imbottigliata.

Ma il mercato dell'acqua minerale è legato anche agli effetti negativi sul nostro clima.

Stando ai dati del Wwf, ogni anno nel mondo 22 milioni di tonnellate d'acqua in bottiglia vengono trasportate da un paese all'altro su strada, provocando l'emissione di migliaia di tonnellate di gas serra. Leo Hickman, giornalista del Guardian, in un suo articolo intitolato "L'acqua minerale è ok?" cita l'esempio della marca di successo Fiji che è imbottigliata nel Pacifico e importata in Gran Bretagna!

Molto chiara, in proposito, l'opinione dell'associazione Amici della Terra: "E' assurdo impacchettare un prodotto come l'acqua (ingombrante, voluminoso, ma economico) in bottiglie che pesano quanto il contenuto, e trasportarlo poi su mezzi pesanti in tutto il mondo. Oltre a sprecare un'enorme quantità di energia, in questo modo si accelerano i cambiamenti climatici che minacciano le risorse idriche del pianeta e che in futuro scateneranno una grave crisi a livello mondiale".

In questo discorso certo non possono mancare le multinazionali; del resto il mercato dell'acqua lo hanno decisamente "inventato" loro.

Uno dei principali colossi in questo settore è chiaramente Nestlé che controlla 260 marche di acqua minerale. C'è poi anche Danone, che ad esempio in Gran Bretagna controlla i due marchi più venduti: Volvic ed Evian. Non è da meno la Coca Cola, grazie alla sua vasta rete di distribuzione.

L'acqua che vendono queste multinazionali non è migliore dell'acqua del rubinetto di casa. Infatti nel 2004 la marca Disani (commercializzata da Coca Cola) fu ritirata dal commercio perché si era scoperto che conteneva una quantità di bromato superiore ai limiti consentiti e che si trattava di acqua del rubinetto "microfiltrata", proveniente per di più da impianti che prelevano acqua dal Tamigi.

Il problema è che queste informazioni non si conoscono.

Perché? Il motivo è principalmente economico visto e considerato che queste multinazionali, con le inserzioni pubblicitarie, finiscono per finanziare indirettamente le principali testate giornalistiche... secondo voi un direttore di un giornale accetterebbe di scrivere queste cose?