

L'acquisizione Il gruppo fattura 30 milioni l'anno. Nuove strategie: «Una linea di bibite per la salute»

Nestlé cede acqua Pejo, subentra Avm

L'accordo siglato con Sorgenti italiane. Ora si pensa all'export

TRENTO — Inizia una nuova era per l'acqua Pejo. È stato siglato ieri un accordo d'acquisto tra il gruppo Sanpellegrino, appartenente a Nestlé e che controllava la Pejo dal 1998, e Avm Private equity Spa, operatore indipendente di Private equity a sua volta facente capo a Sorgenti Italiane. Con l'accordo, ufficializzato alle rappresentanze sindacali, l'azienda un tempo della famiglia Colombo verrà acquisita al 100% e diverrà parte della holding dedicata al settore delle acque che già detiene Goccia di Carnia e la ligure Alta Valle. Tra le nuove prospettive che apre la nuova proprietà ci sono l'export verso i mercati internazionali e l'inaugurazione di una linea di «bibite della salute».

«Il mantenimento dell'organico di 40 lavoratori, investimenti in comunicazione e tecnologia a supporto di una nuova strategia aperta anche al mercato estero» sono i capisaldi dell'operato indicati da Avm Private equity. «Con l'ingresso di Pejo il mercato delle acque minerali facente capo a Sorgenti Italiane si sviluppa ulteriormente, consentendo-

ci di sfruttare interessanti sinergie — dichiara Giovanna Dossena, amministratore delegato della società di Private equity Avm e professore di Economia e gestione delle imprese all'Università di Bergamo —. L'accordo, infatti, eleva il giro d'affari della holding a circa 30 milioni di euro e la produzione a circa 230 mi-

lioni di bottiglie l'anno». Dossena spiega anche l'obiettivo dell'acquisizione di IdroPejo: «Vorremmo usare il marchio Pejo per sviluppare, una gamma di prodotti d'alta qualità. Alta è infatti la richiesta di acque surgive o d'alta quota». Acqua Pejo, fondata nel 1941, sgorga a 1.393 metri nel parco dello Stelvio ed

è imbottigliata in Trentino. Il management della nuova società di gestione dell'impianto, la IdroPejo Srl, sta considerando la possibilità di allargare la gamma di prodotti con la produzione futura di bibite biologiche, legate al territorio e ai prodotti tipici. «Stiamo pensando a una linea di bibite piatte non necessaria-

mente convenzionali. Vogliamo potenziare l'offerta di Pejo, offrendo anche bibite della salute e connesse al benessere proponendo nuovi format — anticipa Giovanna Dossena —. Al momento non pensiamo alla produzione di succhi di frutta che richiedono anche strutture produttive diverse, ma a una gamma di prodotti legati al benessere e alla salute. L'acqua Pejo favorisce la circolazione: desideriamo sfruttare le sue proprietà nel senso di una terapia». Forte sarà anche il legame con il territorio, fanno sapere dai vertici. IdroPejo lavorerà pure sul fronte dell'export inserendosi nella tradizione di Sorgenti Italiane che esporta il 25% della produzione. Lo chiarisce l'amministratore delegato: «Teniamo molto all'export, chi all'estero consuma acqua minerale la vuole buona, non inquinata, né di pianura. Le nostre acque raggiungono già Austria, Germania, Cina, Australia e Canada. Questa potreb-

be diventare la prospettiva anche per la Pejo».

Marta Romagnoli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

