

# INDICE

ABSTRACT.....	4
ABSTRACT ENGLISH VERSION.....	7
INTRODUZIONE.....	9
CAPITOLO 1 – Acqua: minerale o del rubinetto?.....	11
1.1. L'Italia e gli Italiani: il secondo mercato al mondo di acqua in bottiglia.....	11
1.2. Potabili e Minerali: due differenti species del genus Acqua.....	14
1.2.1. Acqua potabile: la normativa di riferimento.....	15
1.2.2. Le origini e i controlli delle acque potabili.....	16
1.3. Le acque minerali.....	19
1.3.1. Le classi di appartenenza delle acque minerali.....	19
1.3.2. Il riconoscimento normativo delle acque minerali.....	21
1.3.3. La minerale in quanto bene minerario: la ripartizione delle competenze legislative.....	23
1.3.4. La scelta del concessionario da parte degli enti competenti: la procedura ad evidenza pubblica.....	26
1.3.5. La durata delle concessioni.....	27
1.4. Stesso bene ma prezzo diverso: acqua minerale e acqua del rubinetto.....	28
1.4.1. Le voci di costo che concorrono alla determinazione del prezzo della bottiglia.....	34
1.4.2. Bottiglie d'acqua o bottigliedi plastica? I casi Fonte Ilaria S.p.A. e Acqua e Terme di Uliveto S.p.A.....	37
1.4.3. Gli interventi degli imbottiglieri per contenere i costi di produzione.....	39
CAPITOLO 2 – L'acqua in bottiglia: un prodotto a consumo trasversale.....	44
2.1. Un mondo in bottiglia.....	44
2.1.1. Acqua in bottiglia e acqua minerale: il primato Italiano per consumi pro capite.....	45
2.1.2. La passione per l'acqua oltre i confini Europei.....	48
2.2. La minerale: un prodotto “made in Italy”.....	52
2.2.1. La regina del beverage: l'acqua minerale.....	55
2.2.2. Il mercato Italiano delle acque minerali: un business da nord a sud.....	57
2.2.3. I player del settore.....	61
2.2.4. Il processo produttivo: dalla preforma in PET alla bottiglia d'acqua.....	68
2.2.5. Il packaging.....	72
2.2.6. La scelta del canale distributivo.....	74
2.2.7. Le nuove opportunità offerte dal mercato: l'export.....	76
2.2.8. Acqua e marketing.....	78
CAPITOLO 3 – Il far west dei canoni concessori in Italia.....	83
3.1. Una domanda priva di risposta: esiste un canone equo?.....	83
3.2. La battaglia ultradecennale di Legambiente per l'innalzamento dei canoni concessori.....	84

3.3. L'immobilismo delle istituzioni.....	86
3.4. Le difformità interregionali in materia di canoni concessori .....	88
3.4.1. Le tre differenti "premierità" previste dalle Leggi Regionali.....	89
3.4.2. Il sistema concessorio Italiano per lo sfruttamento dei giacimenti minerali.....	90
3.5. L'anomalia Italiana: gli imbottiglieri guadagnano, le amministrazioni locali no.....	92
3.6. Le concessioni attive in Toscana.....	98
3.6.1. La ricchezza mineraria del territorio Toscano.....	98
3.6.2. Il contenuto della L.R.T. n. 38/2004 in materia di canoni concessori.....	100
3.6.3. Il decentramento delle funzioni amministrative in Toscana.....	102
3.6.4. I numeri del successo Toscano.....	105
3.6.5. I principali dati di bilancio degli imbottiglieri Toscani.....	109
CAPITOLO 4 – Verso la revisione della Legge Regionale Toscana n.38/2004.....	118
4.1. Il regime dei canoni concessori: personali considerazioni sull'attuale stato dell'arte.....	118
4.2. I principi ispiratori alla base della proposta di introduzione di un criterio ambientale tra le determinanti del canone concessorio.....	121
4.3. Le fondamenta teoriche del criterio ambientale: il raggiungimento del livello socialmente ottimo di impatto ambientale.....	123
4.4. La proposta di revisione della L.R.T.n.38/2004: il triplo criterio per la determinazione del canone concessorio.....	129
4.4.1. La re-introduzione di un criterio superficiale .....	130
4.4.2. Il semaforo ambientale come strumento per discriminare il differente impatto dei concessionari.....	133
4.5. La proposta di revisione della L.R.T. n.38/2004: l'introduzione di una premiazione ambientale connessa all'impiego dell'rPET.....	141
4.5.1. Verso la diffusione dell'rPET: da rifiuto, a materia prima secondaria.....	141
4.5.2. L'impegno dell'Unione Europea contro la plastica vergine.....	143
4.5.3. B2B: dalla bottiglia alla bottiglia, l'operato di CORIPET.....	147
4.5.4. Gli Eco-compattatori come mezzo essenziale per favorire il B2B.....	149
4.5.5. L'rPET: la nuova cassaforte dell'acqua minerale.....	151
CONCLUSIONI.....	154
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA.....	156