



L'indio strano

Self service di acqua pura

Acqua potabile purificata altre sei volte, servita fresca al punto di vendita. Il sistema, sperimentato da Coop Estense, è un antidoto al caldo a prezzi accessibilissimi.

Per combattere la sete e accaparrarsi lecite crescenti di un mercato fortemente in ascesa qual è quello delle acque minerali e dei soft drinks (basti pensare che l'anno scorso gli italiani hanno bevuto 150 litri di

minerale a testa!), le stanno studiando un po' tutte: dalla bottiglia sexy con le forme di Parola Anderson alle nuove bevande, come la bibita che colora la lingua o la birra alla marijuana.

Con il gusto della semplicità, poi, ancora che accadeva l'infornata della Coca-Cola, si è mosso anche Coop, che ha introdotto in alcuni suoi punti di vendita i distributori di acqua fresca, silenziosamente purificata e calibrata nei suoi contenitori oligominerali. L'acqua si acquista in self

service riempiendo tanichette da uno o da quattro litri riutilizzabili senza dispersione di plastica nell'ambiente. Da giugno, e fino al 31 dicembre, Coop Estense sta sperimentando il gradimento di questa formula da parte dei consumatori in quattro suoi ipermarket (di Ferrara, Modena, Grandemilla, Taranto e Foggia) e in due supermercati (di Argenta e Sassuolo). Il test non è dei più facili, visto l'alto grado di «fedeltà» che la gente mostra di avere per l'acqua minerale, ma i primi respondenti sembrano dare ragione a una scelta leggerezza anche per il portafoglio: 100 lire al litro è infatti il medio prezzo dell'acqua «sigillata», offerta in tre diverse qualità (minerale, litzante e leggermente litzante), dopo essere stata sottoposta a sei livelli di purificazione - approvati dal ministero della Sanità - che eliminano le particelle solide, come calcari e ruggine, rimuovono le tracce di cloro e altri odori sgradevoli, e infine sterilizzano con i raggi ultravioletti l'acqua potabile prelevata dal distributore automatico. ■