

Corriere del Mezzogiorno - Campania - Giovedì 19 Marzo 2026

Carlo Pontecorvo: «Io, imprenditore napoletano, ho deciso di investire (anche) per campanilismo»

Mr Ferrarelle: la città deve saper accettare queste sfide

«L'acqua dolce incontra l'acqua salata». Il Cavaliere del Lavoro Carlo Pontecorvo — presidente di Ferrarelle società benefit — gioca con questa assonanza ufficializzando il ruolo della sua azienda nella Louis Vuitton America's cup che si svolgerà a Napoli il prossimo anno. «Ferrarelle — annuncia — diventa l'acqua ufficiale dell'evento, ma anche sponsor di Emirates team New Zealand». Poi stringe la mano di Grant Dalton, chairman di America's cup partnership e Ceo del team New Zealand, che ricorda che «Ferrarelle è un brand iconico, la vostra è l'unica acqua al mondo che sgorga effervescente dalla sorgente»: il logo dell'azienda sarà presente sia sui due yacht AC40 del team, che su Taihoru, l'AC75 vincitore nel 2024, rilanciato per la campagna di Napoli 2027.

Quando ha deciso di sostenere la Coppa America?

«La nostra partecipazione è stata un po' come il caffè 'sospeso'. Ho conosciuto il Team New Zealand e Grant Dalton quando mi proposero di fare l'America's Cup a Valencia. Ma all'epoca non c'erano per noi le condizioni giuste per farlo ed è quindi rimasta sospesa una opportunità che oggi si è concretizzata. La decisione è nata in un momento di orgoglio campanilistico. È stata presa d'istinto, d'impeto, perché ho avuto il timore che questo diventasse ancora una volta il terreno di conquista delle grandi multinazionali — contro le quali mi scontro su un mercato abbastanza difficile — e ho voluto porre un argine. Per cui ho detto: qui bisogna che ci sia il territorio che partecipa all'America's Cup e credo che come Ferrarelle noi rappresentiamo il territorio, e non l'azienda».

Qual è la cifra prevista per affrontare questo impegno?

«È un po' come chiedere ad una signora l'età....Non dirò un numero, ma solo che è un impegno oneroso non solo dal punto di vista finanziario. Abbiamo creato un team di 15 persone — coordinato dalla nostra Ludovica Franci — che dovrà dedicarsi in esclusiva al progetto: è un impegno di tempo, relazionale, industriale, di marketing e tutto questo fa parte di uno sforzo che oggi l'azienda è assolutamente in grado di sostenere».

Si tratta di un progetto sulla lunga distanza.

«La partnership accompagnerà l'intero percorso di avvicinamento alla 38esima Louis Vuitton America's Cup, a partire dalle regate preliminari di maggio a Cagliari e fino alle finali che decreteranno il vincitore dell'evento in programma a luglio 2027 a Napoli. Durante questi due anni, l'acqua Ferrarelle e le sue bevande saranno presenti nel Race Village e nelle Fan Zone di Napoli. L'azienda realizzerà inoltre un'edizione limitata dedicata all'evento».

Dalton rivela che il vostro impegno a favore dell'ambiente lo ha colpito.

«Dal 2018 abbiamo uno stabilimento dove si riciclano 24mila tonnellate di plastica l'anno. È un vero progetto di economia circolare che reimmette sul mercato bottiglie realizzate con materiale riciclato. Siamo state una delle prime aziende nel settore alimentare italiano a chiudere il cerchio del riciclo della plastica: ricicliamo una quantità di Pet quasi doppia rispetto a quella che consumiamo per le nostre bottiglie».

Questa collaborazione nel nome della vela vi aprirà nuovi mercati?

«Per Ferrarelle questa collaborazione rappresenta un passaggio strategico di grande rilevanza. Significa affiancare il nostro brand a un contesto di eccellenza e innovazione riconosciuto in tutto il mondo. È puntare ancora di più all'internazionalizzazione del brand. L'acqua è la nostra origine e il nostro asset distintivo: ritrovarla protagonista nel mare di Napoli rafforza la coerenza tra il nostro posizionamento industriale, la nostra proiezione internazionale e la responsabilità che esercitiamo verso il territorio. È una opportunità unica e siamo consapevoli del valore che un progetto di questa portata può generare».