

Fico, nessun impatto sulla bolletta grazie a un maxi impianto fotovoltaico

Contromisure

La struttura al momento garantisce il 45% del totale dei consumi energetici

Natascia Ronchetti

Nel medio e lungo periodo l'obiettivo è quello di replicare il format in altri Paesi europei. Per ora Fico Eatly World raccoglie i benefici degli investimenti fatti nell'autoproduzione di energia e neutralizza gli effetti della tempesta perfetta della corsa del prezzo del gas.

Infatti i suoi operatori – tra produttori di food&beverage e 60 ristoranti – non pagano la bolletta. Quanto alla società, nata a Bologna dal connubio tra Eatly di Oscar Farinetti e Coop Alleanza 3.0, riesce ad abbattere la sua di 4-5 volte. «Possiamo reagire alla crisi energetica – dice l'amministratore delegato Stefano Cigarini – grazie alle scelte green fatte a monte. Qui le aziende, che non pagano un canone fisso, ma parametrato al fatturato, non subiscono alcun danno. La bolletta è assorbita da Fico che è dotato del più grande impianto fotovoltaico su tetto presente in Italia: si estende su una superficie di 55mila metri quadrati. Impianto che ora garantisce il 45% del totale dei consumi energetici.

E a questo va aggiunto il fatto che il grande parco tematico dedicato al cibo, a pochi chilometri dal centro del capoluogo emiliano, è allacciato all'inceneritore termovalorizzatore della città, dal quale prende energia geotermica, calore che non viene disperso sul territorio e incamerato a prezzi molto bassi.

Senza contare che qui tutto è a chilometro zero, con ulteriore abbattimento di consumi energetici per la distribuzione e la logistica.

Gli operatori hanno infatti l'obbligo di rifornirsi nelle mini fabbriche del parco: micro stabilimenti che producono eccellenze alimentari (si va dai formaggi alla birra) del made in Italy. Risultato: una bolletta annuale per luce e gas di 600-700 mila euro, contro 3-4 milioni.

E dire che la scelta green fu una sorta di evoluzione naturale del progetto. Nessuno avrebbe mai potuto immaginare che una guerra nel cuore dell'Europa avrebbe generato una vertiginosa impennata del prezzo del gas. «Ma la sostenibilità era nel suo Dna», ricorda oggi Cigarini, che ha preso in mano le redini della struttura – estesa su 10mila ettari – con un nuovo format, dopo lo scarso successo riscosso con la prima versione, assimilabile a un mega supermercato con una offerta di prima qualità che avrebbe dovuto reggersi solo sui consumi interni.

Un modello di business che ha mostrato subito la corda, rivelando come fosse impossibile raggiungere la quota dei 5-6 milioni di visitatori all'anno ipotizzati dal piano di sviluppo. Fico oggi basa le proprie entrate anche sul biglietto d'ingresso. E ha rivoluzionato persino gli orari di apertura. Non più sette giorni su sette, ma dal giovedì alla domenica, con chiusura nel giorno festivo alle 18. Una svolta decisa dopo due anni di pandemia.

Il parco tematico fu inaugurato nell'ottobre del 2017. La spesa media dei visitatori nella fase pre-Covid era di 15 euro a testa mentre ora è salita a 35. Quanto al tempo di permanenza, grazie alle nuove attrazioni previste, è passato da due a cinque ore. «Chiuderemo il 2022 – spiega Cigarini – con mezzo milione di visitatori e un fatturato di 12 milioni. Poi, oltre al consolidamento del modello, cominceremo a pensare allo sviluppo internazionale, con altri Fico Eatly World nel mondo».

© F. PRODUZIONE RISERVATA



IL CEO STEFANO CIGARINI
Stefano Cigarini è l'amministratore delegato di Fico Eatly World



Superficie 16 %