

RASSEGNA STAMPA

MGL 

A CURA DI
MG LOGOS



**PRESENTATA LA NUOVA BOTTIGLIA IN
VETRO DEDICATA ALL'ALTA RISTORAZIONE**



ANNO	MESE	GIORNO	TESTATA	EV. AUTORE	TIPOLOGIA
2026	5	5	Adnkronos .com	redazione	agenzia
2026	5	5	Agenzia Nova .com	redazione	agenzia
2026	5	7	ANSA .it T&G	redazione	agenzia
2026	5	5	AGRA PRESS	redazione	agenzia pdf
2026	5	6	Corriere dell'Umbria p. 39	N.B.	cartacei
2026	5	7	La Nazione .it	redazione	quotidiano online
2026	5	7	Il Giorno .it	redazione	quotidiano online
2026	5	7	L'Arena .it	redazione	quotidiano online
2026	5	5	Youtube .com - Wining	redazione	video
2026	5	6	Bargiornale .it	Alessandra Tiballo	web
2026	5	6	Gusto H24 .it	Donato Troiano	web
2026	5	5	L'Eco del Litorale .it	Fabrizio Gerolla	web
2026	5	5	La Via Italia .com	Giuliano Martini	web
2026	5	9	Luciano Pignataro .it	Luciano Pignataro	web
2026	5	6	La Gazzetta del Gusto .it	Malinda Sassu	web
2026	5	12	Italia a Tavola .net	Mariella Morosi	web
2026	5	5	Wining .it	Maurizio Gabriele	web
2026	5	5	Un Mondo d'Italiani .com	Mina Cappussi	web
2026	5	5	La Milano .it	Otra Fuente	web
2026	5	5	Alimenti e Bevande .it	Paola Pagani	web
2026	5	5	La Voce del Lazio .it	redazione	web
2026	5	5	Beverfood .com	redazione	web
2026	5	5	Food Affairs .it	redazione	web
2026	5	5	Alto Chiascio Oggi .it	redazione	web
2026	5	6	Media Key .it	redazione	web
2026	5	5	Sul Panaro .net	redazione	web
2026	5	5	Vivere Senigallia .it	redazione	web
2026	5	5	Vivere Camerino .it	redazione	web
2026	5	5	Buonasera24 .it	redazione	web
2026	5	5	Quotidiano di Bari .it	redazione	web
2026	5	5	TG Abruzzo24 .com	redazione	web
2026	5	5	Quotidiano di Foggia .it	redazione	web
2026	5	5	WebMagazine24 .it	redazione	web
2026	5	5	La Cronaca24 .it	redazione	web
2026	5	5	MantovaUno .it	redazione	web
2026	5	5	La Freccia Web .it	redazione	web
2026	5	6	Giornale Info Castelli Romani .it	redazione	web
2026	5	5	City Notizie .it	redazione	web
2026	5	5	Corriere Toscano .it	redazione	web
2026	5	5	CODIRP .it	redazione	web
2026	5	5	USARCI .it	redazione	web

ANNO	MESE	GIORNO	TESTATA	EV. AUTORE	TIPOLOGIA
2026	5	5	Enti Locali online .it	redazione	web
2026	5	5	Sul Panaro Expo .net	redazione	web
2026	5	5	Vivere Ancona .it	redazione	web
2026	5	5	Padova News .it	redazione	web
2026	5	5	Vivere Fermo .it	redazione	web
2026	5	5	Zerouno tv .it	redazione	web
2026	5	6	Avvenire .it	redazione	web
2026	5	8	Virgilio .it	redazione	web
2026	5	7	Gazzetta di Mantova .it	redazione	web
2026	5	8	Fornelli d'Italia .it	redazione	web
2026	5	8	Umbria e Cultura .it	redazione	web
2026	5	7	X .com - Ansa Economia	redazione	web
2026	5	8	Corpo10 .eu	redazione	web
2026	5	7	International Post .it	redazione	web
2026	5	5	Ma Press News .blogspot .com	Renato Aiello	web

Ceramica e colori dei Giochi delle Porte per valorizzare uno degli accessi alla città

La rotatoria di via Flaminia riqualificata grazie al Casimiri

di Salvatore Zenobi

GUALDO TADINO

Prende forma un nuovo esempio concreto di cittadinanza attiva: la rotatoria di via Flaminia, uno degli ingressi principali della città, sarà riqualificata grazie all'apporto dell'istituto Casimiri. Il progetto, promosso dal Comune attraverso un servizio pubblico rivolto a soggetti interessati alla riqualificazione e valorizzazione delle aree verdi urbane, ha trovato nella scuola un protagonista attivo. Nei prossimi giorni l'area centrale della rotatoria - situata nel perimetro del centro commerciale Il Granaio - accoglierà installazioni artistiche realizzate da studenti e docenti, con l'obiettivo di migliorare il decoro urbano e rafforzare il legame tra scuola e territorio. L'iniziativa è stata presentata nella sala consiliare, alla presenza del sindaco Massimiliano Prescutti, degli assessori Ilda Comodi e Gabriele Bazzucchi, del dirigente scolastico Renzo Menichetti e dei docenti coinvolti nel progetto, Pamela Pennacchioli, Gio-



Studenti protagonisti: i ragazzi realizzeranno le installazioni artistiche per la rotatoria

mo Casetta, Ilmaruola Venturi e Caterina Calabrese. "È un orgoglio per la nostra amministrazione - ha dichiarato l'assessore ai Lavori pubblici Ilda Comodi - avviare una collaborazione che punta alla riqualificazione di uno spazio così importante". L'intervento prevede la valorizzazione dell'ulivo già presente nella rotatoria attraverso l'allestimento di u-

n'altare decorato con fiori colorati - con i colori che riprendono quelli delle Porte quindi blu bianco verde e rosso - realizzati in ceramica e sostenuti da supporti in ferro battuto. Un'idea nata, come spiegato dal dirigente scolastico Renzo Menichetti, "dalla volontà di creare un allestimento duraturo, programmare insieme ai colleghi e agli studenti, che rappresenti un segno concreto

di cittadinanza attiva". "Importante è mantenere la tradizione ceramica. La ceramica è ancora una grande opportunità" ha ribadito Caterina Calabrese. Emanuela Venturi ha sottolineato come sia importante "che ogni studente possa lasciare traccia nella città". Pamela Pennacchioli, che ha coordinato il progetto, ha ribadito come sia stato possibile concretizzare grazie al contributo dei colleghi e degli studenti.

Il progetto sarà realizzato senza costi per l'amministrazione comunale, grazie al contributo di soggetti che hanno messo a disposizione materiali e manodopera, tra cui Mirko Ricci e la ceramica Mastrogio. Sostanziale anche da parte del dirigente scolastico Renzo Menichetti. "Ritagliamo l'amministrazione per questo opportunità che ci consente di valorizzare un'area centrale della città". A chiudere, le parole del sindaco Massimiliano Prescutti: "È così che si costruisce la cittadinanza attiva coinvolgendo direttamente le nostre generazioni nella cura degli spazi pubblici".

Sul ring allestito nel palazzetto si sono sfidati 28 pugili

Successo per l'evento Fuori i secondi tra sport e solidarietà



GUALDO TADINO

Sono stati 28 i pugili a partecipare all'evento sportivo Fuori i secondi organizzato dalla Federazione pugilistica italiana e dall'Asd Perugia Fight. Gli atleti italiani sul ring sono scesi da Umbria Toscana Marche e Lazio per gli incontri dalle categorie minori al professionismo.

L'iniziativa, tenutasi al palazzetto dello sport Carlo Angelo Lotti, con il patrocinio del Comune di Gualdo Tadino, ha caratterizzato un pomeriggio di sport fatto di sana competizione mettendo in evidenza i valori del pugilato, come il rispetto dell'avversario, il sacrificio per raggiungere i propri obiettivi e allo stesso modo saper accettare le sconfitte per poi rialzarsi. "Ringraziamo il Comune di Gualdo Tadino per la disponibilità e l'accoglienza - ha detto Roberto Carlini, team manager della Perugia Fight - ci tenevo in modo particolare ad organizzare questo evento a Gualdo Tadino città della quale la mia famiglia è originaria per far conoscere le boxe e sottolineare l'importanza dello sport per i giovani, rimasta una delle poche cose giuste da portare. Sappiamo che si aprirà una palestra dedicata alla boxe in città e questo ci fa molto piacere".

"In Umbria abbiamo diversi atleti da poter far crescere - ha detto il maestro Alessio Gaggioli della Perugia Fight - siamo stati contenti di aver portato questo sport anche a Gualdo Tadino. Possiamo organizzare manifestazioni simili in altre città per diffondere i valori del pugilato". A salutare il pubblico dal ring anche il pugile Naordine Amara di Scheggia, impegnato nelle scuole contro il bullismo, e che ha dato appuntamento ai prossimi match. Presenti il sindaco Massimiliano Prescutti, Luca Comodi della segreteria del sindaco e ufficio stampa, il presidente del Comitato regionale umbro della Fip Simone Diaci e il pugile umbro Giovanni Grassano. Speaker dell'evento Emanuele Morioli all'inizio in questo modo. L'iniziativa ha avuto anche uno scopo benefico, parte dell'incasso sarà devoluta in beneficenza.

R.B.

Esperti oggi in classe per parlare di sicurezza e contrasto alle dipendenze

Good Vibes per un divertimento consapevole

GUALDO TADINO

Si accendono i riflettori su un tema sempre più attuale per le nuove generazioni: il divertimento consapevole. Oggi dalle 9.00 alle 11.30, l'Istituto Casimiri ospiterà "Good Vibes a scuola", appuntamento dedicato alla prevenzione e all'educazione dei giovani. L'iniziativa, coordinata da Laura Pennacchioli, rientra nel progetto "Good Vibes nelle scuole" e si propone di fornire strumenti concreti ai

gli studenti per vivere il tempo libero in modo sano e responsabile, affrontando temi come la sicurezza nei luoghi del divertimento e il contrasto alle dipendenze. Ad aprire la mattinata saranno i saluti istituzionali del dirigente scolastico Renzo Menichetti, del presidente della Provincia di Perugia sindaco di Gualdo Tadino Massimiliano Prescutti e del direttore regionale dei vigili del fuoco per l'Umbria.

Non mancherà un approfondimento sulla sicurezza nei luoghi del divertimento, con Eleonora Bazzari della direzione regionale dei vigili del fuoco per l'Umbria.

S.Z.

L'obiettivo è far risaltare l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy. Riconoscimenti a personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura

Prende il via la prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra

NOCERA UMBRA

Prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra - Fonte Angelica, in programma il 22 maggio al Castello di Solignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiato personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiranno a promuovere



Acquedotto Fonti e nuova bottiglia in vetro per Acqua Nocera Umbra

la rappresentazione dell'eccellenza e l'identità italiana. Si tratta di un momento di grande novità per l'azienda



del Gruppo SEM: l'affermazione del premio si affianca alla realizzazione di una nuova bottiglia in vetro dedicata al-

l'alta ristorazione, segnando quindi l'ingresso nel canale luxury e presso i gourmet. Il progetto, annunciato lo scorso anno per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solignano, nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non oggetto del brand. La produzione avverrà nello stabilimento di Nocera Umbra che comporrà le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva an-

nua di 130 milioni di bottiglie, di cui il 90% in PET. "Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore" ha detto il presidente del Gruppo SEM, Claudio Tacchi. La nuova bottiglia è stata presentata attraverso un menu esclusivo, "Le Saperi del Sapere", firmato dal chef milanese Francesco

Agosti. "Lancio la nuova etichetta questo l'obiettivo del premio: manifestare la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione", sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo SEM. "Siamo parlando di un settore che sviluppa valori importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumate 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite".

R.B.

ADN 7 ECO 0 DNA ECO NAZ RUM

Acqua: nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

Si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem

Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfagnano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

(segue)

Acqua: nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra' (2)

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfagnano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

(Tri/Labitalia)

ISSN 2465 - 1222
05-May-2026 17:13



Imprese: al via premio culturale Acqua Nocera Umbra, tra esclusività e tradizione (3)

Roma, 05 mag 17:27 - (Agenzia Nova) - Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale. Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il prossimo 22 maggio presso il Castello di Solfagnano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana. “Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”. (Com) © Agenzia Nova - Riproduzione riservata



ACQUA NOCERA UMBRA PRESENTA BOTTIGLIA PER ALTA RISTORAZIONE E PRIMA EDIZIONE PREMIO CULTURALE

4673 - (perugia)

acqua nocera umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del gruppo sem. lo rende noto un comunicato segnalando anche il lancio della prima edizione del premio acqua nocera umbra - fonte angelica, che si terrà il prossimo 22 maggio al castello di solfagnano (pg) per premiare personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

AGRA PRESS del 05/05/2026 12:19:00

Gli italiani bevono 15 miliardi bottiglie di acqua minerale, 257 litri l'anno

Prima edizione del Premio Culturale Acqua Nocera Umbra, nasce bottiglia per ristorazione



Premio Culturale Acqua Nocera Umbra, nasce bottiglia per ristorazione - RIPRODUZIONE

ROMA, 07 maggio 2026, 17:07

Redazione ANSA

In Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite.

"Il settore produttivo è importante, è un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy". Lo ha detto Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem, nel presentare a Roma la Prima edizione del Premio culturale Acqua Nocera Umbra - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano, insieme alla nuova bottiglia in vetro e formato inedito dedicata all'alta ristorazione. "Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione" ha aggiunto Marchi.

Il progetto di restyling della bottiglia, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

"La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità", ha sottolineato il presidente del Gruppo

Sem, Claudio Turchi." La nuova bottiglia è stata presentata nella Capitale attraverso un menu, "Le Sorgenti del Sapore", firmato dallo chef stellato Francesco Aprea, che ha valorizzato l'Acqua Nocera Umbra come ingrediente, integrandola in diverse creazioni del percorso gastronomico.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese. La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta.

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

Si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem



05 maggio 2026 | 18.00

Redazione Adnkronos

LETTURA: 3 minuti



Ascolta questo articolo ora...



Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'



Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del

Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all’esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell’estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell’azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull’Appennino modenese, con la valorizzazione dell’Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L’identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell’Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l’India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfagnano. L’iniziativa nasce con l’obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l’esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell’informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l’eccellenza e l’identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l’istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l’acqua al centro dell’attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l’anno, in pratica 257 litri pro capite. E’ un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell’acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

L'acqua minerale diventa protagonista nei piatti stellati di Francesco Apreda

Nel giorno della presentazione della nuova bottiglia top label di Nocera Umbra e del premio culturale dedicato alle eccellenze italiane, lo chef stellato ha costruito un menu dove l'acqua è entrata direttamente nei piatti



di Mariella Morosi

12 maggio 2020 | 12:08



Indice



L'acqua in cucina può diventare **ingrediente**, molto più di uno strumento operativo o presidio di sicurezza.

Con il menu **"Le sorgenti del sapore"**, lo ha dimostrato **Francesco Apreda** nel suo ristorante stellato **Michelin Idyllo by Apreda** del **The Pantheon Iconic Rome Hotel**. L'occasione è stata doppia: la presentazione della prima edizione del **premio culturale Acqua Nocera Umbra-Fonte Angelica** e della **nuova bottiglia della minerale**, un'elegante **top label** pensata per l'**alta ristorazione** e per il comparto **Horeca**. A concorrere al premio saranno personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che contribuiranno a promuovere l'eccellenza e l'identità italiana. **La cerimonia si svolgerà il 22 maggio al Castello di Solfignano (Pg)**.



La nuova bottiglia della minerale Acqua Nocera Umbra

Una nuova bottiglia per l'alta ristorazione

A presentare l'iniziativa sono stati **Claudio Turchi** e **Matteo Marchi**, rispettivamente presidente e direttore generale del **Gruppo Sem** di Fanano, nel Modenese, titolare del marchio. «Vogliamo rispondere a un mercato sempre più evoluto ed esigente - ha detto Turchi - con la volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici. Questo è un settore che sviluppa numeri importanti. Solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. È un fatto culturale, una tradizione

che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del made in Italy».



Matteo Marchi, Francesco Apreda e Claudio Turchi

La nuova bottiglia è di **vetro trasparente** per valorizzare la purezza dell'acqua, nelle versioni liscia e gassata. **Il formato è inedito**, con una **forma ergonomica che facilita la presa**, e **sul collo della bottiglia è incisa la figura di una leonessa**, storico simbolo di forza e salute. Viene prodotta nello stabilimento di Nocera Umbra che comprende le fonti Angelica e Flaminia.

L'acqua come ingrediente nei piatti di Apreda

Ma come Apreda ha interpretato quest'acqua, famosa fin dall'antichità e ritenuta preziosa per vari impieghi, tanto che nel '500 veniva trasportata in barili fino a **Costantinopoli**? Questo ingrediente "silenzioso" è entrato nei suoi delicati **canapè**, nel Terra e Iodio, unendo la sapidità del mare alla varietà del vegetale e alla componente speziata. Il prezioso elemento è entrato anche nel **Risotto all'acqua pazza black and black**, nella **Spigola al foie gras e tè chai** e infine nel **dolce Mozzarella di bufala**. «L'acqua scorre - ha detto lo chef - non si ferma mai, attraversa tutto. È alla base della vita e dei ritmi della natura. È in ogni ingrediente ed io ho cercato, sulla base di memorie e di sensazioni, di lasciarne traccia nell'armonia dei sapori».



Risotto all'acqua pazza black and black di Francesco Apreda

Caratterizzata da un equilibrato contenuto di sali minerali (residuo fisso a 180° C uguale a 288 mg/L), l'acqua Nocera Umbra è **apprezzata anche per le sue riconosciute qualità terapeutiche**. «Volete digerir bene? A tavola bevete l'acqua di Nocera», recitavano i messaggi pubblicitari degli anni Cinquanta, con l'immagine della mitica leonessa. Ma la sua storia moderna parte dal 1984 con la crescita progressiva del Gruppo Sem attraverso le acquisizioni di marchi storici, dall'Acqua minerale naturale Monte Cimone alle Sorgenti Clavdia nel Lazio e, in seguito, della Fonte Flaminia e della Nuova Samicer, con le fonti Ventasso e Lieta, in provincia di Reggio Emilia. Nel corso della serata l'acqua si è accompagnata anche ai **vini** prodotti dal **Castello di Solfignano**, una tenuta di 60 ettari rivolta all'accoglienza e alla produzione di etichette territoriali e olio evo. I vini che hanno accompagnato i piatti sono stati i bianchi **Col Marinello**, **Illuminato** e **Fontemaggio**.

Curiosità / Umbria / Perugia

Nocera Umbra, l'acqua minerale delle sorgenti col sapore



9/5/2026

232 LETTURE



Foto storica della storia del brand dell' [acqua](#) Nocera Umbra

di Marina Betto

Il Gruppo SEM, produttore di Acqua Nocera Umbra, ha ricevuto il prestigioso NSA Integrity Award. Questo riconoscimento valorizza le aziende che si distinguono per sostenibilità, legalità e tutela degli asset aziendali. Il gruppo ha ottenuto un rating "Due stelle" su tre, posizionandosi tra le eccellenze del settore. NSA Integrity Award è assegnato tra oltre 1.000 aziende clienti di NSA, premiando il Gruppo SEM per l'impegno concreto del percorso del gruppo che è focalizzato sulla qualità e la gestione responsabile. Nel cuore dell'Umbria, a Nocera Umbra, prende forma una nuova iniziativa destinata a valorizzare non solo un prodotto simbolo del territorio, ma anche i valori culturali e identitari del Made in Italy che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo [italiano](#) non sempre riconosciuto. Si tratta del Premio Acqua Nocera Umbra- Fonte Angelica, un riconoscimento recentemente istituito che segna un momento importante nella storia del celebre marchio di [acqua minerale](#).



Le nuove bottiglie in vetro dedicate all'alta ristorazione dell'acqua Nocera Umbra

La prima edizione del premio prevista per il 22 maggio 2026 presso il Castello di Solfagnano (Perugia) nasce con l'obiettivo di celebrare personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che contribuiscono a promuovere l'eccellenza italiana.

Più che un semplice evento, il premio rappresenta un progetto culturale che intende rafforzare il legame tra brand e il patrimonio storico e sociale del Paese. L'iniziativa mette al centro valori come qualità, identità territoriale e tradizione, elementi che da sempre caratterizzano l'Acqua Nocera Umbra.



bottiglie in vetro

L'acqua di Nocera Umbra vanta una storia antica, legata alle sorgenti locali già note fin dal Cinquecento per le loro proprietà benefiche e terapeutiche. Queste acque oligominerali sono infatti caratterizzate da un equilibrato contenuto di sali. In tempi relativamente recenti, a fine Ottocento, l'acqua Nocera Umbra si lega al nome del padre della Ferrochina, Felice Bisleri, che la proponeva come acqua molto digestiva, diventando un prodotto di un'azienda storica italiana. Nel 1984 a Fanano sull'Appennino modenese la storia moderna dell'azienda prende l'avvio con l'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone e via via con l'acquisizione di vari marchi storici e siti produttivi: Le Sorgenti Claudia nel Lazio, con le fonti Claudia e Giulia, il polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, con la fonte Angelica e la recente fonte Flaminia, fino alla nuova Samicer in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. Nel tempo questo patrimonio naturale si è trasformato in una realtà industriale significativa, oggi parte del Gruppo SEM che produce milioni di bottiglie ogni anno. L'acqua Sorgente Angelica è imbottigliata e distribuita da Nocera Umbra Fonti Storiche S.p.a. Gruppo SEM.

Il premio si inserisce in una strategia più ampia di rilancio del marchio. In questo contesto, l'azienda ha presentato anche una nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, simbolo di un posizionamento sempre più orientato al segmento premium. La nuova bottiglia è stata presentata a Roma al ristorante Idyllo (1 stella Michelin) dove lo chef Francesco Aprea ha valorizzato l'acqua Nocera Umbra come ingrediente, integrandola in diverse creazioni del percorso gastronomico intitolando il menù Le Sorgenti del Sapore e proponendo tra i piatti il Risotto all'Acqua Pazza "Black & Black".



Ristorante Idyllo

Il Premio Acqua Nocera Umbra non è solo un riconoscimento, ma anche uno strumento per riportare l'acqua, elemento essenziale e spesso sottovalutato, al centro del dibattito culturale. L'iniziativa sottolinea come un prodotto naturale possa diventare ambasciatore di un territorio e dei suoi valori.

In un mercato italiano dell'acqua minerale tra i più importanti al mondo, con consumi elevati e una forte identità nazionale, il progetto rappresenta un tentativo concreto di distinguersi puntando su cultura e qualità. Con l'istituzione del suo premio, l'Acqua Nocera Umbra compie un passo significativo verso una nuova fase della propria storia. Non solo produzione e distribuzione, ma anche promozione culturale e valorizzazione del talento diventano parte integrante della mission aziendale.

Un'iniziativa che dimostra come anche un bene quotidiano come l' [acqua](#) possa raccontare una storia più ampia: quella di un territorio, delle sue radici e della sua capacità di innovarsi guardando al futuro.

ACQUA MINERALE

Acqua Nocera Umbra entra nell'horeca con la nuova bottiglia in vetro

05/05/2024 - LETTURA DI 3 MIN



Acqua Nocera Umbra lancia la sua prima bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando l'ingresso del brand nel canale horeca e presso i grossisti. La nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, diventa la top label dell'azienda del **Gruppo SEM**.

Dal Castello di Solfignano al tavolo del ristorante

Il progetto era stato annunciato lo scorso anno durante le celebrazioni per i 130 anni del marchio al Castello di Solfignano (Perugia). L'obiettivo è presidiare un segmento finora non coperto dal brand, con una strategia di distribuzione che partirà dal Centro-Sud Italia per estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà nello stabilimento di Nocera Umbra (Perugia), che comprende le **Fonti Angelica e Flaminia**, impiega circa 50 collaboratori e ha una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in PET.

"La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità", dichiara **Claudio Turchi**, Presidente del **Gruppo SEM**. *"Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici".*

Lo chef stellato Francesco Aprea firma il lancio

La nuova bottiglia è stata presentata attraverso un menu esclusivo, *"Le Sorgenti del Sapore"*, firmato dallo chef stellato **Francesco Aprea**, che ha integrato l'acqua come ingrediente in diverse creazioni del percorso gastronomico.

Il Gruppo SEM: da Fanano al presidio nazionale

La storia moderna del gruppo parte nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'**Acqua Minerale Naturale Monte Cimone**. Da allora il **Gruppo SEM**, con sede a Vignola (Modena), ha costruito una presenza nazionale e internazionale attraverso acquisizioni di marchi storici e siti produttivi:

le **Sorgenti Clavdia** nel Lazio (fonti Clavdia e Giulia), il polo **Nocera Umbra Fonti Storiche** in Umbria (sorgente Angelica, nota fin dal Cinquecento, e Fonte Flaminia), e **Nuova Samicer** in provincia di Reggio Emilia (fonti Ventasso e Lieta).

L'identità del gruppo si lega anche al nome **Bisleri**: la famiglia guidata da **Felice Bisleri** ha segnato la storia industriale italiana dalla fine dell'Ottocento, e ancora oggi in mercati internazionali come l'India il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Il premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica

Contestualmente al lancio della bottiglia, il gruppo annuncia la prima edizione del **Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica**, in programma il 22 maggio al Castello di Solfignano. L'iniziativa premierà personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che contribuiscono a promuovere l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, Direttore Generale del Gruppo SEM. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. È un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”.

+Info: acquanoceraumbra.it/

Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro pensata per il fuoricasa

Di Alessandra Tibollo - 6 Maggio 2025



Una nuova veste per la storica acqua di Nocera Umbra, sinonimo di benessere, che con il restyling della bottiglia di vetro punta all'horeca di eccellenza

Una nuova bottiglia di design in vetro pensata per il segmento premium del mondo del fuoricasa. Con questo nuovo lancio, che sarà operativo da giugno, **Acqua Nocera Umbra segna l'ingresso nel canale horeca con il suo marchio storico** e annuncia che **entro il prossimo anno sarà ripensata anche la bottiglia di Acqua Claudia**, sempre parte del **Gruppo Sem**. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del gruppo emiliano, con sede a Vignola, che è oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali (è passata in pochi anni dal 25° all'11° posto fra i gruppi del settore). Sebbene la casa madre sia nel distretto modenese, resta il forte legame con i territori di origine delle proprie fonti e con la storia che rappresentano. Anche la nuova bottiglia di Acqua Nocera Umbra, per la quale è stato necessario un adattamento dei macchinari, è prodotta dallo storico stabilimento in provincia di Perugia, che comprende **le fonti Angelica e Flaminia**. Un sito che vanta una **capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet**. Il vecchio design della bottiglia di vetro attuale rimarrà in catalogo, ma con il nuovo l'intenzione dichiarata del gruppo è di utilizzare il nuovo pack per un **riposizionamento nel mondo dell'horeca** e in particolare in un segmento di fascia alta. «La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità», dichiara il Presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi.



Il simbolo della leonessa, per comunicare forza e salute

Vetro trasparente per valorizzare la purezza dell'acqua, forma ergonomica per facilitare la presa, **l'iconica leonessa in rilievo** (un simbolo che rappresenta forza e salute): la nuova bottiglia è la stessa sia per la versione naturale, sia per quella frizzante (con aggiunta), che differiscono solo per il colore dell'**etichetta, sempre più essenziale** (blu l'acqua naturale, verde frizzante). «Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici», spiega Turchi.

Lunga la storia di Nocera Umbra, conosciuta per la sua fonte pura e cristallina fin dal 1500. Un'acqua dalle virtù medicamentose che si intreccia con San Francesco, che era esportata perfino a Costantinopoli e che nell'Ottocento era stata acquisita da Felice Bisleri, patron della Ferro-China. Quest'ultimo, essendo chimico e uomo di marketing ante litteram, ne aveva ulteriormente valorizzato gli aspetti salutari. **"Volete digerir bene, a tavola bevete acqua Nocera"** è uno slogan dell'epoca. Bisleri fu bravo anche a spingerne le vendite all'estero, tanto che - fatto curioso - tuttora per gli indiani la parola Bisleri è sinonimo di acqua minerale. Oggi la famiglia Bisleri non fa più parte del gruppo, ma resta nella storia del brand umbro.

Quasi a celebrare questo collegamento con l'India, è stato naturale il coinvolgimento dello chef stellato Francesco Apreda di Idyllo a Roma, che ha firmato un menu esclusivo intitolato "Le sorgenti del sapore", che valorizza l'Acqua Nocera Umbra non solo come abbinamento, ma come ingrediente. Apreda è famoso per l'uso sapiente delle spezie e per una cucina identitaria in cui le sue numerose esperienze all'estero, soprattutto in India, fanno sempre capolino nei suoi piatti dall'anima italiana.

Acqua Nocera Umbra, una storia italiana lunga cinque secoli: da sorgente storica a protagonista dell'alta ristorazione

Mauro Gibriele | Maggio 3, 2023 | Food Stories



C'è un filo sottile che attraversa la storia dell'acqua minerale in Italia, e che porta dritto nel cuore dell'Umbria, tra le colline di Nocera Umbra. È qui che nasce **Acqua Nocera Umbra**, un'acqua dalle origini antichissime, già conosciuta nel Cinquecento e poi diventata, a fine Ottocento, una delle prime realtà industriali del settore nel nostro Paese.

La svolta arriva nel 1894, quando l'imprenditore Felice Bisleri acquisisce la sorgente Angelica e avvia un progetto destinato a segnare la storia. Da lì nasce un marchio che non solo conquista il mercato italiano, ma diventa presto protagonista anche all'estero, seguendo i flussi migratori degli italiani e arrivando fino in Sud America, negli Stati Uniti e persino in India.

Un legame, quello con l'India, tutt'altro che marginale. Lo stesso Bisleri esporta l'acqua insieme a un farmaco antimalarico da lui sviluppato, contribuendo alla diffusione del marchio in un mercato che ancora oggi porta il suo nome, con una realtà industriale di grande rilievo.

Oggi, Acqua Nocera Umbra si presenta come un'eccellenza che guarda al futuro, valorizzando al tempo stesso una storia unica. Ed è proprio questo equilibrio tra memoria e innovazione il cuore del racconto emerso durante la serata organizzata a Roma, negli spazi di Idyllo by Aprea, il ristorante dello chef Francesco Aprea, dove l'acqua è diventata protagonista assoluta di una cena tematica.

"Stasera è l'acqua che la fa da padrona", ha esordito **Claudio Turchi**, Presidente del Gruppo SEM, sottolineando il valore di un prodotto che affonda le radici nel tempo ma continua a evolversi. **"È una storia lunga, complessa, ma vincente"**.

Una storia che parte dal 1500 e si struttura industrialmente alla fine dell'Ottocento, diventando una delle prime società italiane del settore. Un'acqua che, per decenni, è stata distribuita in tutta Italia ed esportata nel mondo, rappresentando non solo un prodotto, ma un vero e proprio simbolo del territorio umbro.

Oggi il progetto entra in una nuova fase. Dopo anni di produzione anche in private label, l'obiettivo è rafforzare l'identità del brand, portando Acqua Nocera Umbra e **Acqua Claudia** nel mondo dell'alta ristorazione e del canale Horeca.

Un passaggio che si traduce anche in una nuova veste, con una bottiglia pensata per esaltare il valore di un'acqua che già nel Cinquecento veniva definita **"pura, cristallina, divina"**. Un contenitore capace di raccontare, già al primo sguardo, l'identità e la qualità del contenuto.

La serata da Idyllo è stata la dimostrazione concreta di questa visione. Lo chef Francesco Aprea ha costruito un vero e proprio percorso gastronomico in cui l'acqua non è stata semplice accompagnamento, ma ingrediente

centrale. Emblematico il piatto del riso all’“acqua pazza”, dove Acqua Nocera Umbra diventava elemento strutturale della ricetta, esaltando sapori e consistenze.

“Un viaggio culinario spettacolare”, lo ha definito il Presidente, sottolineando come l’utilizzo dell’acqua in cucina abbia aperto nuove prospettive di racconto e di esperienza.

Il percorso, però, è solo all’inizio. Il prossimo appuntamento è fissato per il 22 maggio al **Castello di Solfignano**, dove si terrà il Premio Acqua Nocera Umbra. Un’occasione per presentare ufficialmente la nuova bottiglia dedicata all’alta ristorazione e per continuare a costruire un dialogo tra prodotto, territorio e cultura gastronomica. Perché, come dimostra questa storia, anche l’acqua – nella sua apparente semplicità – può diventare racconto, identità e visione. E, soprattutto, protagonista.

Al via la Prima Edizione del Premio Culturale Acqua Nocera Umbra: un riconoscimento che celebra esclusività e tradizione



Acqua Nocera Umbra annuncia il lancio di una nuova bottiglia in vetro pensata per l'alta ristorazione, segnando così l'ingresso nel canale horeca e nel circuito dei grossisti. Si tratta di una referenza inedita, destinata a diventare la top label dell'azienda appartenente al Gruppo SEM.

Il progetto, anticipato lo scorso anno durante le celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano, nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento finora non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nel Centro-Sud Italia, seguita da un'estensione progressiva a livello nazionale. La produzione sarà concentrata nello stabilimento di Nocera Umbra, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia, con una capacità produttiva annua di circa 150 milioni di bottiglie.

Secondo il presidente del Gruppo SEM, Claudio Turchi, questa nuova proposta rappresenta un passaggio strategico per il ritorno del marchio nel mondo della ristorazione di qualità, con una soluzione che unisce eleganza, identità territoriale e sostenibilità, in linea con le nuove esigenze del mercato.

Il lancio si inserisce in un più ampio percorso di crescita del Gruppo SEM, realtà dinamica nel settore dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali, con sede principale a Vignola e una presenza consolidata sia in Italia sia all'estero. Nel tempo, il gruppo ha ampliato il proprio portafoglio attraverso acquisizioni strategiche, tra cui le Sorgenti Clavdia nel Lazio, il polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria e Nuova Samicer in provincia di Reggio Emilia.

La nuova bottiglia è stata presentata attraverso "Le Sorgenti del Sapore", un menu esclusivo firmato dallo chef stellato Francesco Aprea, che ha interpretato l'acqua come ingrediente, integrandola in diverse creazioni gastronomiche.

Le radici del gruppo risalgono al 1984, quando a Fanano iniziò la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Nel tempo, il percorso di sviluppo si è intrecciato anche con l'eredità della famiglia Felice Bisleri, figura storica dell'industria italiana già attiva a fine Ottocento e legata alla diffusione di prodotti dedicati al benessere.

Oggi il Gruppo SEM continua a sviluppare il proprio posizionamento coniugando tradizione, innovazione e sostenibilità, valorizzando risorse naturali e territori. In questo contesto si inserisce anche la prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, in programma il 22 maggio presso il Castello di Solfignano, un'iniziativa pensata per celebrare personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che contribuiscono a promuovere l'eccellenza italiana.

Come sottolinea il direttore generale Matteo Marchi, il lancio della nuova bottiglia e l'istituzione del premio riflettono la volontà di riportare l'acqua al centro dell'attenzione, in un settore che in Italia registra consumi superiori ai 15 miliardi di litri annui, pari a circa 257 litri pro capite, confermandosi una componente fondamentale della cultura e del Made in Italy.



NEWS / UMBRIA

Acqua Nocera Umbra debutta nell'alta ristorazione con la nuova bottiglia in vetro

 Di Malinda Sassu  06/05/2026 9:55 —  6 minuti di lettura

Dalla storia secolare della sorgente alla nuova identità destinata all'horeca. A Roma, da Idyllo by Aprea, la presentazione della top label e il lancio del Premio dedicato alla Fonte Angelica

Indice dell'articolo 

L'**acqua oligominerale** è, per definizione, equilibrio.

Un contenuto moderato di sali, una composizione che favorisce l'idratazione quotidiana e una leggerezza che la rende trasversale nei consumi. Nel caso di **Acqua Nocera Umbra**, questa definizione si lega ad una storia secolare e a un territorio preciso, dove la risorsa idrica è parte integrante del paesaggio.

Oggi l'acqua sgorga nel territorio di **Nocera Umbra**, a 605 metri sul livello del mare, con un residuo fisso di 288 mg/l. Il suo profilo organolettico è morbido e delicato, adatto anche alla preparazione di alimenti per l'infanzia, e si distingue per un equilibrio minerale che ne ha determinato la fortuna sin dall'antichità.

Una storia di acque e commerci

La storia della **Sorgente Angelica** affonda le radici nel XVI secolo, quando l'acqua era già conosciuta e utilizzata per le sue proprietà benefiche. Documenti dell'epoca riportano studi e trattati che già ne analizzavano gli effetti, mentre la sua fama si diffuse ben oltre i confini locali.

L'acqua veniva raccolta, sigillata con marchi papali per evitarne la contraffazione e trasportata fino al porto di Ancona, da cui partiva verso Costantinopoli. Un sistema di distribuzione che, per l'epoca, anticipava logiche commerciali moderne e che rende la **Sorgente Angelica** una delle prime acque esportate su larga scala.

Nel tempo, il legame con figure come **Felice Bisleri**, l'inventore del **Ferro China**, ha contribuito a consolidarne la notorietà. Alla fine dell'Ottocento, infatti, l'imprenditore intuì il potenziale comunicativo del prodotto, promuovendolo con campagne pubblicitarie incisive e trasformando l'acqua in un simbolo di benessere. Lo slogan *"Volete digerir bene? A tavola bevete l'acqua di Nocera"* sintetizzava già allora una visione chiara del posizionamento.

Una nuova bottiglia per l'alta ristorazione

La presentazione della nuova bottiglia in vetro segna un passaggio strategico per **Acqua Nocera Umbra**, marchio del **Gruppo SEM (Sorgenti Emiliane Modena)**, che entra in modo strutturato nel canale horeca e presso i grossisti. Si tratta di una referenza inedita, concepita come top label, pensata per rispondere alle esigenze della ristorazione di qualità.

Il progetto, annunciato durante le celebrazioni per i 130 anni al **Castello di Solfignano**, mira a presidiare un segmento finora non coperto. La distribuzione partirà infatti dal Centro-Sud Italia per poi estendersi progressivamente su scala nazionale. La produzione avverrà nello stabilimento umbro che comprende le **Fonti Angelica e Flaminia**, con una capacità annua di circa 150 milioni di bottiglie, oggi per il 90% in PET, e un organico di circa 50 collaboratori.

La bottiglia, la cui produzione inizierà a giugno dopo l'adeguamento degli impianti, è stata progettata come contenitore identitario, capace di trasferire visivamente il patrimonio storico del marchio, a partire dalla leonessa, simbolo che attraversa i decenni mantenendo la propria riconoscibilità.

*«La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità – dichiara il Presidente del Gruppo SEM, **Claudio Turchi** – Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici»*



"Terra e Iodio", piatto di Francesco Aprea per il debutto di Acqua Nocera Umbra (Foto © Malinda Sassu).

Il racconto gastronomico da Idyllo by Aprea

La presentazione ufficiale alla stampa di settore si è svolta a **Roma**, nel ristorante dello chef **Francesco Aprea**, attraverso un percorso gastronomico intitolato *"Le Sorgenti del Sapore"*. L'acqua è stata utilizzata come ingrediente, integrata nelle preparazioni per evidenziarne il ruolo nella costruzione del gusto e la sua versatilità in cucina.

Un'impostazione coerente con l'obiettivo di ridefinire la percezione dell'acqua nel contesto dell'alta ristorazione, dove ogni elemento contribuisce alla composizione dell'esperienza.

Il Gruppo SEM e una crescita per acquisizioni

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di sviluppo del **Gruppo SEM**, realtà con sede a **Vignola** che, a partire dal 1984, ha costruito la propria crescita attraverso acquisizioni mirate. Dalle acque **Monte Cimone** e **Ventasso**, fino alle **Sorgenti Claudia** nel Lazio e al polo **Nocera Umbra Fonti Storiche**, il gruppo ha consolidato una presenza articolata, sia a livello nazionale che internazionale.

Oggi continua a investire in qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, valorizzando le risorse naturali e le comunità locali.



L'Acqua Nocera Umbra della Sorgente Angelica ha una storia che risale al 1500 (Foto © Malinda Sassu).

Il Premio Fonte Angelica: l'acqua come fatto culturale

Alla presentazione della nuova bottiglia si affianca il lancio della prima edizione del **Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica**, in programma il 22 maggio al **Castello di Solfignano**, a Perugia. L'iniziativa intende valorizzare l'acqua come elemento identitario del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura.

*«Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione – sottolinea **Matteo Marchi**, Direttore Generale del Gruppo SEM – Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. È un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy»*

Una risorsa da proteggere

Nel percorso di sviluppo, il **Gruppo SEM** mantiene un focus sulla sostenibilità e sulla tutela delle risorse naturali, elementi centrali in un comparto che si confronta con nuove sensibilità ambientali. L'acqua, in questo quadro, non è solo prodotto industriale ma bene primario, da preservare e valorizzare.

La nuova bottiglia in vetro di **Acqua Nocera Umbra** si colloca esattamente in questo punto di equilibrio, tra storia e mercato, come segno concreto di riposizionamento. Non solo un contenitore ma una scelta che ridefinisce il modo in cui l'acqua si presenta a tavola.

ACQUA NOCERA UMBRA

Via Stazione 100, Nocera Umbra (PG)

www.acquanoceraumbra.it

FOCUS

ACQUA NOCERA UMBRA sbarca nell'alta ristorazione con una nuova bottiglia in vetro



Di Donato Troiano

1 MAG 6, 2026



Presidente Claudio Turchi: "Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità". La presentazione della nuova referenza è avvenuta a Roma nel ristorante Idyllo dello chef stellato Francesco Aprea che ha creato un menu ad hoc

Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza che l'azienda del Gruppo SEM lancia con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La novità, presentata a Roma presso il ristorante Idyllo dello chef stellato **Francesco Aprea**, prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in PET.



Matteo Marchi, direttore generale Gruppo SEM, lo chef Francesco Apreda e Claudio Turchi, presidente Gruppo SEM

*“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto – ha dichiarato il presidente del Gruppo SEM, **Claudio Turchi** –, è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità – ha proseguito Turchi –, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all’esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”.*

La nuova bottiglia è stata presentata attraverso un menu esclusivo, “Le Sorgenti del Sapore”, firmato dallo chef stellato Francesco Apreda, che ha valorizzato l’Acqua Nocera Umbra come ingrediente, integrandola in diverse creazioni del percorso gastronomico.

La storia moderna dell’azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull’Appennino modenese, con la valorizzazione dell’Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta.

L’evento al ristorante dello chef Apreda è stato anche l’occasione per annunciare il **lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica**, che si terrà il prossimo 22 maggio presso il Castello di Solfagnano. L’iniziativa nasce con l’obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l’esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell’informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l’eccellenza e l’identità italiana.

*“Tanto la nuova etichetta quanto l’istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l’acqua al centro dell’attenzione – ha sottolineato **Matteo Marchi**, direttore generale del Gruppo SEM – Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l’anno, in pratica 257 litri pro capite. E’ un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell’acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”.*

Home » Acqua Nocera Umbra: nuova bottiglia in vetro per l'alta ristorazione

BEVANDE | IMBOTTIGLIAMENTO

Acqua Nocera Umbra: nuova bottiglia in vetro per l'alta ristorazione

3 Maggio 2024 | Paola Pignori

Condividi     



Acqua Nocera Umbra presenta la **nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione**, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo SEM.

Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle **celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfagnano (Perugia)**, nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. **La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra**, in provincia di Perugia, che comprende **Fonti Angelica e Flaminia**. Il sito impiega circa **50 collaboratori** e vanta una **capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie**, di cui il 90% in PET.

«La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità – dichiara il **Presidente del Gruppo SEM, Claudio Turchi** -. Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici».

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel **percorso di crescita del Gruppo SEM**, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'**Acqua Minerale Naturale Monte Cimone**. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle **Sorgenti Clavdia** nel Lazio, con le **fonti Clavdia e Giulia**, al **polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria**, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a **Nuova Samicer**, in provincia di Reggio Emilia, con le **fonti Ventasso e Lieta**.

L'identità del Gruppo SEM si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. **La famiglia Bisleri**, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo SEM raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali.

In questo contesto si inserisce anche il lancio della **prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica**, che si terrà il **prossimo 22 maggio presso il Castello di Solfagnano**. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di **valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy**,

premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

*«Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione – sottolinea **Matteo Marchi, Direttore Generale del Gruppo SEM** -. Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy»*

NEWS

Gli italiani consumano 15 miliardi di bottiglie di acqua minerale, pari a 257 litri annui

Il consumo di acqua in bottiglia in Italia supera i 15 miliardi di litri annui, con il Gruppo Sem che lancia una nuova bottiglia per il mercato della ristorazione di qualità.



by redazione Fornelli d'Italia Maggio 8, 2025



In Italia, il consumo di acqua in bottiglia ha raggiunto la cifra impressionante di oltre 15 miliardi di litri all'anno, corrispondenti a circa 257 litri per abitante. Questo dato evidenzia l'importanza del settore, che non è solo un aspetto commerciale, ma rappresenta anche una tradizione culturale radicata nel nostro Paese. **Matteo Marchi**, direttore generale del **Gruppo Sem**, ha sottolineato questo punto durante la presentazione della Prima edizione del **Premio culturale Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica**, che si svolgerà il 22 maggio 2025 presso il **Castello di Solfagnano**, a **Roma**. Marchi ha evidenziato che l'acqua imbottigliata è un simbolo del **Made in Italy**, spesso non adeguatamente valorizzato.

Il progetto di restyling della bottiglia

Il restyling della bottiglia, avviato in occasione del 130° anniversario dell'acqua al **Castello di Solfagnano**, ha come obiettivo quello di conquistare un segmento di mercato attualmente non presidiato dal marchio. La strategia prevede un'iniziale diffusione nelle regioni del **Centro-Sud Italia**, con un'espansione graduale su scala nazionale. La produzione avverrà nello stabilimento di **Nocera Umbra**, situato in provincia di **Perugia**, dove si trovano le **Fonti Angelica e Flaminia**. Questo stabilimento impiega circa 50 persone e ha una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in **PET**.

Il ritorno nella ristorazione di qualità

Claudio Turchi, presidente del **Gruppo Sem**, ha dichiarato che la nuova bottiglia in vetro rappresenta un passo strategico significativo per il marchio, segnando il suo ritorno nel settore della ristorazione di alta qualità. La presentazione della bottiglia è avvenuta a **Roma** attraverso un evento gastronomico intitolato “Le Sorgenti del Sapore”, curato dallo chef stellato **Francesco Aprea**. Durante questo evento, l’**Acqua Nocera Umbra** è stata utilizzata come ingrediente in diverse creazioni culinarie, dimostrando il suo valore all’interno di un contesto gastronomico di prestigio.

La crescita del Gruppo Sem

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce in un percorso di crescita del **Gruppo Sem**, la cui sede principale si trova a **Vignola**, nel distretto modenese. La storia recente dell’azienda inizia nel 1984 a **Fanano**, sull’Appennino modenese, con la valorizzazione dell’**Acqua Minerale Naturale Monte Cimone**. Da quel momento, il **Gruppo** ha intrapreso un cammino di espansione costante, acquisendo marchi storici e stabilimenti di alta qualità. Tra le acquisizioni vi sono le **Sorgenti Clavdia** nel **Lazio**, con le fonti **Clavdia** e **Giulia**, e il polo **Nocera Umbra Fonti Storiche** in **Umbria**, che include la storica sorgente **Angelica**, nota fin dal Cinquecento, oltre alla più recente **Fonte Flaminia**. Il **Gruppo** ha ampliato la sua portata con l’acquisizione di **Nuova Samicer**, in provincia di **Reggio Emilia**, comprendente le fonti **Ventasso** e **Lieta**.

Acqua minerale, un serbatoio da 257 litri a testa all'anno: arriva il primo premio dedicato

di Redazione romana

Il 22 maggio a Solfagnano, in Umbria: «È anch'essa simbolo del Made in Italy». L'iniziativa del gruppo Sem che, partendo dall'Emilia, controlla l'acqua Nocera Umbra e lancia la nuova bottiglia in vetro



 2 min di lettura

6 maggio 2026



Non solo concorsi enologici: arriva un premio anche per le acque. Fenomeno, anche economico, tutt'altro che secondario: malgrado la ricca dotazione di acquedotti, l'Italia infatti si conferma leader nel consumo di acqua in bottiglia. Ogni italiano ne consuma ben 257 litri in media all'anno, per un totale di oltre 15 miliardi di litri. Una montagna d'acqua che ora, per l'appunto, avrà anche una sua manifestazione: la prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica si terrà il prossimo 22 maggio nel castello di Solfagnano, in Umbria. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto anch'esso, a suo modo, simbolo del "Made in Italy", premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

L'iniziativa si inserisce nel percorso di crescita del gruppo SEM (Sorgenti emiliane Modena), oggi una delle realtà più dinamiche e forti nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti. L'identità dell'azienda si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, l'ideatore del Ferro china, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India (dove esportava anche un farmaco antimalarico da lui sviluppato), il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale. La storia moderna di Sem prende avvio invece nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'acqua minerale naturale Monte Cimone. Da allora il gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle sorgenti Claudia nel Lazio, con le fonti Claudia e Giulia, al polo di Nocera Umbra in provincia di Perugia, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento nello Stato Pontificio e una delle prime acque esportate su larga scala, e dalla più recente fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'istituzione del premio «manifesta la nostra volontà di portare l'acqua di più al centro dell'attenzione, senza considerarla "scontata"», sottolinea Matteo Marchi, direttore generale di SEM.

Con l'occasione il gruppo ha presentato, nel ristorante romano dello chef stellato Francesco Aprea, la nuova bottiglia in vetro di acqua Nocera Umbra, dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti, dopo la forte espansione conosciuta sfruttando il canale dei "marchi privati". Il progetto, già annunciato lo scorso anno, prende forma con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal marchio. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà nello stabilimento di Nocera Umbra, che impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in pet.

«La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno nel mondo della ristorazione di qualità - ha dichiarato il presidente del gruppo SEM, Claudio Turchi -. Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici».

Gli italiani bevono 15 miliardi bottiglie di acqua minerale, 257 litri l'anno

Prima edizione del Premio Culturale Acqua Nocera Umbra, nasce bottiglia per ristorazione

7 mag 2026

REDAZIONE ECONOMIA



Prima edizione del Premio Culturale Acqua Nocera Umbra, nasce bottiglia per ristorazione

In Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. "Il settore produttivo è importante, è un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del **Made in Italy**". Lo ha detto Matteo Marchi, direttore generale del **Gruppo Sem**, nel presentare a Roma la Prima edizione del **Premio culturale Acqua Nocera Umbra** - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano, insieme alla nuova bottiglia in vetro e formato inedito dedicata all'alta ristorazione. "Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione" ha aggiunto Marchi.

Il progetto di restyling della bottiglia, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet. "La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della **ristorazione di qualità**", ha sottolineato il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi.

La nuova bottiglia è stata presentata nella Capitale attraverso un menu, "Le Sorgenti del Sapore", firmato dallo chef stellato Francesco Apreda, che ha valorizzato l'Acqua Nocera Umbra come ingrediente, integrandola in diverse creazioni del percorso gastronomico. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese. La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta.

Al via la Prima Edizione del Premio Culturale Acqua Nocera Umbra: un riconoscimento che celebra esclusività e tradizione



Acqua Nocera Umbra presenta la **nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione**, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo SEM.

Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle **celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfagnano (Perugia)**, nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. **La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra**, in provincia di Perugia, che comprende le **Fonti Angelica e Flaminia**. Il sito impiega circa **50 collaboratori** e vanta una **capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie**, di cui il 90% in PET.

"La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità", dichiara il **Presidente del Gruppo SEM, Claudio Turchi**. *"Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici".*

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel **percorso di crescita del Gruppo SEM**, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La nuova bottiglia è stata presentata attraverso un menu esclusivo, **"Le Sorgenti del Sapore"**, firmato dallo chef stellato **Francesco Apreda**, che ha valorizzato l'**Acqua Nocera Umbra come ingrediente**, integrandola in diverse creazioni del percorso gastronomico.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'**Acqua Minerale Naturale Monte Cimone**. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle **Sorgenti Clavdia** nel Lazio, con le **fonti Clavdia e Giulia**, al **polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria**, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a **Nuova Samicer**, in provincia di Reggio Emilia, con le **fonti Ventasso e Lieta**.

L'identità del Gruppo SEM si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine

dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo SEM raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali.

In questo contesto si inserisce anche il lancio della **prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica**, che si terrà il prossimo **22 maggio** presso il **Castello di Solfignano**. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, Direttore Generale del Gruppo SEM. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”.

Gli italiani bevono 15 miliardi bottiglie di acqua minerale, 257 litri l'anno

Prima edizione del Premio Culturale Acqua Nocera Umbra, nasce bottiglia per ristorazione

7 mag 2026

REDAZIONE ECONOMIA



Prima edizione del Premio Culturale Acqua Nocera Umbra, nasce bottiglia per ristorazione

In Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. "Il settore produttivo è importante, è un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del **Made in Italy**". Lo ha detto Matteo Marchi, direttore generale del **Gruppo Sem**, nel presentare a Roma la Prima edizione del **Premio culturale Acqua Nocera Umbra** - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano, insieme alla nuova bottiglia in vetro e formato inedito dedicata all'alta ristorazione. "Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione" ha aggiunto Marchi.

Il progetto di restyling della bottiglia, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet. "La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della **ristorazione di qualità**", ha sottolineato il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi.

La nuova bottiglia è stata presentata nella Capitale attraverso un menu, "Le Sorgenti del Sapore", firmato dallo chef stellato Francesco Aprea, che ha valorizzato l'Acqua Nocera Umbra come ingrediente, integrandola in diverse creazioni del percorso gastronomico. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese. La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta.

'A**'A** Economia

Gli italiani bevono 15 miliardi di bottiglie di acqua minerale, 257 litri l'anno

ANSA

Prima edizione del Premio Culturale Acqua Nocera Umbra, nasce bottiglia per ristorazione

07 maggio 2026



ROMA, 07 MAG - In Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. "Il settore produttivo è importante, è un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy". Lo ha detto Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem, nel presentare a Roma la Prima edizione del Premio culturale Acqua Nocera Umbra - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano, insieme alla nuova bottiglia in vetro e formato inedito dedicata all'alta ristorazione. "Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione" ha aggiunto Marchi. Il progetto di restyling della bottiglia, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia.

Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet. "La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità", ha sottolineato il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. La nuova bottiglia è stata presentata nella Capitale attraverso un menu, "Le Sorgenti del Sapore", firmato dallo chef stellato Francesco Aprea, che ha valorizzato l'Acqua Nocera Umbra come

ingrediente, integrandola in diverse creazioni del percorso gastronomico. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese. La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. (ANSA).

LAVORO

NUOVA BOTTIGLIA IN VETRO TOP LABEL E PREMIO CULTURALE, PARTE IL RILANCIO DI 'ACQUA NOCERA UMBRA'

Di Redazione 5 Maggio 2026

15



(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all’alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell’azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell’acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l’obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet. “La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all’esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell’estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti. La storia

moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale. Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana. “Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

—lavoro/made-in-italywebinfo@adnkronos.com (Web Info)



Premio Culturale Acqua Nocera Umbra

Al via la Prima Edizione del Premio Culturale Acqua Nocera Umbra: un riconoscimento che celebra esclusività e tradizione.



Presentata la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione; occasione importante per un focus su un settore in continua crescita che solo in Italia vede un consumo che supera i 15 miliardi di bottiglie e i 257 litri pro capite l'anno

Acqua Nocera Umbra presenta la **nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione**, segnando il proprio ingresso nel *canale horeca* e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'**azienda del Gruppo SEM**.

Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle **celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfagnano (Perugia)**, nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. **La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra**, in provincia di Perugia, che comprende le **Fonti Angelica e Flaminia**. Il sito impiega circa **50 collaboratori** e vanta una **capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie**, di cui il 90% in PET.



“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il **Presidente del Gruppo SEM, Claudio Turchi**. *“Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all’esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”.*

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel **percorso di crescita del Gruppo SEM**, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La nuova bottiglia è stata presentata attraverso un menu esclusivo, **“Le Sorgenti del Sapore”**, firmato dallo chef stellato **Francesco Aprea**, che ha valorizzato l'**Acqua Nocera Umbra come ingrediente**, integrandola in diverse creazioni del percorso gastronomico.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'**Acqua Minerale Naturale Monte Cimone**. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle **Sorgenti Clavdia** nel Lazio, con le **fonti Clavdia e Giulia**, al **polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria**, alimentato da *sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento*, e dalla più recente *Fonte Flaminia*, fino a **Nuova Samicer**, in provincia di Reggio Emilia, con le **fonti Ventasso e Lieta**.

L'identità del Gruppo SEM si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il **nome Bisleri**. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.



Oggi il Gruppo SEM raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali.

In questo contesto si inserisce anche il lancio della **prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica**, che si terrà il prossimo **22 maggio** presso il **Castello di Solfignano**. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, Direttore Generale del Gruppo SEM. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”.

Marina Bertucci

Dettagli

Scritto da Corpo10.eu

Categoria: [Attualità](#)

Pubblicato: 08 Maggio 2026

Visite: 32

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

LAVORO

5 Maggio 2026 (540)



REDAZIONE



3 ' di lettura

(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del

consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

Gli italiani bevono 15 miliardi di bottiglie di acqua minerale, 257 litri l'anno

07 maggio 2028



ROMA, 07 MAG - In Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite., "Il settore produttivo è importante, è un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy"., Lo ha detto Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem, nel presentare a Roma la Prima edizione del Premio culturale Acqua Nocera Umbra - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano, insieme alla nuova bottiglia in vetro e formato inedito dedicata all'alta ristorazione., "Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione" ha aggiunto Marchi., Il progetto di restyling della bottiglia, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand., La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale.

La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet., "La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità", ha sottolineato il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi." La nuova bottiglia è stata presentata nella Capitale attraverso un menu, "Le Sorgenti del Sapore", firmato dallo chef stellato Francesco Aprea, che ha valorizzato l'Acqua Nocera Umbra come ingrediente, integrandola in diverse creazioni del percorso gastronomico., Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem., Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese., La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone., Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta., (ANSA).

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

• [Maggio 5, 2026](#)

(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

Acqua Nocera Umbra entra nell'alta ristorazione con la nuova bottiglia premium

REDAZIONE | IMPRESA E GUSTO | 05 MAGGIO 2026



Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo SEM.

Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfagnano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in PET.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il Presidente del Gruppo SEM, Claudio Turchi. *“Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”.*

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo SEM, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La nuova bottiglia è stata presentata attraverso un menu esclusivo, “Le Sorgenti del Sapore”, firmato dallo chef stellato Francesco Aprea, che ha valorizzato l'Acqua Nocera Umbra come ingrediente, integrandola in diverse creazioni del percorso gastronomico.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta.

L'identità del Gruppo SEM si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo SEM raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali.

In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il prossimo 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, Direttore Generale del Gruppo SEM. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”.

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

POSTED BY: REDAZIONE WEB 5 MAGGIO 2026



(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all’alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell’azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell’acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l’obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all’esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell’estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell’azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull’Appennino modenese, con la valorizzazione dell’Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L’identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell’Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l’India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L’iniziativa nasce con l’obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l’esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell’informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l’eccellenza e l’identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l’istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l’acqua al centro dell’attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l’anno, in pratica 257 litri pro capite. E’ un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell’acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

(Adnkronos – Lavoro)

News Nazionali

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

© TGAbruzzo24.com | Maggio 5, 2026



(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all’alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell’azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell’acqua al Castello di Solfagnano (Perugia), nasce con l’obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet. “La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all’esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell’estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti. La storia moderna dell’azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull’Appennino modenese, con la valorizzazione dell’Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e

Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale. Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana. “Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

—lavoro/made-in-italywebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Premio Nocera Umbra celebra tradizione e lancia nuova bottiglia

© 5 Maggio 2026 ➔ ambiente, Eventi, Nocera. Ultime notizie



Un progetto innovativo presentato con un evento speciale

Nocera Umbra, 5 maggio 2026 – La prima edizione del **Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica** segna un passaggio simbolico e strategico per uno dei marchi storici dell'acqua minerale italiana. L'iniziativa, che verrà ospitata il **22 maggio al Castello di Solfagnano**, nasce per valorizzare l'identità culturale e la lunga tradizione legata alle fonti umbre, celebrando figure del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che contribuiscono a rappresentare l'eccellenza italiana. Il debutto del premio coincide con un altro momento chiave: la presentazione della nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, con cui il Gruppo SEM entra ufficialmente nel canale Horeca.

L'azienda ha scelto Perugia per annunciare il nuovo progetto, che amplia la presenza del marchio in un settore in forte espansione. Il mercato dell'acqua minerale in Italia supera i **15 miliardi di litri l'anno**, con un consumo pro capite di **257 litri**, numeri che confermano la centralità di un comparto che unisce abitudini, cultura e identità nazionale.

La nuova referenza **in vetro** rappresenta la **top label** di Acqua Nocera Umbra. È stata sviluppata in un formato inedito, con un design che richiama eleganza, essenzialità e radici territoriali. L'obiettivo è presidiare un segmento

fino a oggi non coperto dal brand, offrendo un prodotto capace di dialogare con la ristorazione di fascia alta e con i grossisti del settore.

La strategia prevede una prima **diffusione nel Centro-Sud Italia**, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà nello stabilimento di **Nocera Umbra**, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e ha una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in PET. L'introduzione del vetro amplia così la gamma e rafforza il posizionamento premium del marchio. Il Presidente del Gruppo SEM, **Claudio Turchi**, ha sottolineato come il progetto rappresenti un ritorno nel mondo della ristorazione di qualità, con un prodotto che unisce estetica, identità e sostenibilità. La nuova bottiglia è stata presentata attraverso un menu esclusivo firmato dallo chef stellato **Francesco Aprea**, che ha utilizzato l'acqua come ingrediente in diverse preparazioni, valorizzandone le caratteristiche organolettiche.

Il Gruppo SEM è oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, ha costruito nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna del gruppo inizia nel 1984 a Fanano, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da lì prende avvio un percorso di acquisizioni che porta all'integrazione di marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da Fonte Angelica – nota fin dal Cinquecento – e dalla più recente Fonte Flaminia. A queste si aggiunge Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta.

L'identità del Gruppo SEM si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, rafforzato dal legame con il **nome Bisleri**, che ha segnato la storia industriale italiana fin dalla fine dell'Ottocento. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha contribuito alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute, lasciando un'impronta riconoscibile anche nei mercati internazionali. In Paesi come l'India, il nome Bisleri è ancora oggi sinonimo di acqua minerale. Questa eredità culturale si riflette nella volontà del gruppo di valorizzare le risorse naturali e le comunità locali, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e promuovendo una visione sostenibile della filiera.

Il lancio del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica si inserisce in questo percorso. L'iniziativa vuole celebrare l'esclusività e la tradizione di un prodotto che rappresenta un simbolo del **Made in Italy**, premiando personalità che contribuiscono a diffondere valori di qualità, identità e cultura. Il Direttore Generale del Gruppo SEM, **Matteo Marchi**, ha evidenziato come tanto la nuova etichetta quanto il premio siano strumenti per riportare l'acqua al centro dell'attenzione pubblica. Il settore, ha ricordato, sviluppa numeri imponenti e rappresenta una tradizione che attraversa generazioni, spesso senza ricevere il riconoscimento culturale che merita.

La nuova bottiglia, il premio e il percorso di crescita del gruppo convergono in una strategia che punta a rafforzare il ruolo di Acqua Nocera Umbra nel panorama nazionale, come riporta il comunicato di MG Logos Plus. Tradizione, innovazione, sostenibilità e radicamento territoriale diventano così i pilastri di una visione che guarda al futuro senza perdere il legame con le origini.

Italia

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'



Fabrizio Gerolia

5 Maggio 2026

📖 Lettura di 3 minuti



(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal

Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.



LABITALIA

5 Maggio 2026

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.



LA MILANO



NOTICIAS

Con una nueva botella de vidrio de alta gama y un premio cultural, comienza el relanzamiento de 'Acqua Nocera Umbra'.

Otra Fuente — 5 de mayo de 2026



Ascolta questo articolo ora...



Con una nuova botella di vetro di alta gamma e un premio culturale, comincia il relanzamento di 'Acqua Nocera Umbra'.



Acqua Nocera Umbra presenta su nuova botella di vetro dedicata a la alta cucina, marcando su entrata in el canal HORECA y los canales mayoristas. Este nuevo producto, desarrollado en un formato único, representará la marca insignia de la compañía del Grupo Sem. El proyecto, anunciado el año pasado durante las celebraciones del 130 aniversario del agua en el Castillo de Solfagnano (Perugia), se creó con el objetivo de acceder a un segmento de mercado previamente no atendido por la marca. La estrategia contempla una distribución inicial en el centro y sur de Italia, seguida de un lanzamiento progresivo a nivel nacional. La producción se llevará a cabo en la planta de Nocera Umbra en la provincia de Perugia, que incluye los manantiales de Angélica y Flaminia. La planta emplea a aproximadamente 50 personas y cuenta con una capacidad de producción anual de 150 millones de botellas, el 90% de las cuales son de PET.

«Para nosotros, la nueva botella de vidrio representa mucho más que un nuevo producto: es un paso estratégico que marca el regreso de Acqua Nocera Umbra al mundo de la alta cocina», afirma Claudio Turchi, presidente del Grupo Sem. «Queríamos crear un producto que combinara elegancia, identidad local y sostenibilidad, satisfaciendo las necesidades de un mercado cada vez más centrado en la experiencia integral del consumidor. Este proyecto demuestra nuestro deseo de crecer a través de la innovación, sin perder jamás nuestra conexión con nuestras raíces», añade.

El lanzamiento de la nueva botella forma parte del crecimiento del Grupo Sem, actualmente una de las empresas más dinámicas del sector italiano de extracción y embotellado de agua mineral natural. Con sede en Vignola, en el distrito de Módena, el Grupo ha desarrollado una presencia nacional e internacional a lo largo del tiempo, manteniendo fuertes vínculos con las regiones de donde provienen sus aguas.

La historia moderna de la compañía comenzó en 1984 en Fanano, en los Apeninos de Módena, con el desarrollo del agua mineral natural Monte Cimone. Desde entonces, el Grupo se ha embarcado en un camino de crecimiento progresivo, adquiriendo marcas históricas y excelentes instalaciones de producción: desde los manantiales de Clavdia en Lacio, con los manantiales de Clavdia y Giulia, hasta el centro de Nocera Umbra Fonti Storiche en Umbría, alimentado por el manantial de Angelica, conocido desde el siglo XVI, y el más reciente manantial de Flaminia, hasta Nuova Samicer, en la provincia de Reggio Emilia, con los manantiales de Ventasso y Lieta. La identidad del Grupo Sem se basa en un equilibrio entre tradición e innovación, también a través de su conexión con el nombre Bisleri. La familia Bisleri, liderada por Felice Bisleri, marcó la historia industrial italiana ya a finales del siglo XIX, contribuyendo a la difusión de productos relacionados con el bienestar y la salud. Incluso hoy en día, en mercados internacionales como la India, el nombre Bisleri es sinónimo de agua mineral.

Hoy, el Grupo Sem continúa este legado combinando calidad, sostenibilidad e innovación tecnológica, desarrollando nuevas sinergias en el sector de las bebidas y potenciando los recursos naturales y las comunidades locales. En este contexto, también se presenta la primera edición del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, que se celebrará el 22 de mayo en el Castillo de Solfignano. Esta iniciativa busca realzar, desde una perspectiva cultural, la exclusividad y la tradición de un producto histórico Made in Italy, rindiendo homenaje a personalidades del mundo de los medios de comunicación, el deporte y la cultura que, a través de su trabajo, contribuyen a promover y representar la excelencia y la identidad italianas.

«Tanto la nueva etiqueta como el premio demuestran nuestro deseo de dar protagonismo al agua», subraya Matteo Marchi, director general del Grupo Sem. «Hablamos de un sector que genera cifras significativas; basta con pensar que solo en Italia se consumen más de 15 millones de litros de agua embotellada al año, lo que equivale a 257 litros per cápita. Es un fenómeno cultural, una tradición que se transmite de generación en generación y que convierte al agua embotellada en un símbolo, aunque no siempre reconocido como se merece, del Made in Italy», concluye.

(Adnkronos)

Lavoro

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

AdnKronos

3 minuti di lettura



(AdnKronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all’alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell’azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell’acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l’obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet. “La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all’esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame

con le nostre radici”, aggiunge. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti. La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale. Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana. “Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

—lavoro/made-in-italywebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pubblicato il 5 Maggio 2026

Evento

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

5 Maggio 2025



(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all’alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell’azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell’acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l’obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all’esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell’estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell’azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull’Appennino modenese, con la valorizzazione dell’Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva,

acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

(Adnkronos)

LANCIO DI AGENZIA

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

05.05.2026 - h 18:00

3' di lettura

104



Riassumi



(Adnkronos) - Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti.

Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfagnano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e

Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

05.05.2016 18:00

LANCIO DI AGENZIA

da Adnkronos



Riassumi



(Adnkronos) - Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti.

Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.



(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all’alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell’azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell’acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l’obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet. “La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all’esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell’estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti. La storia moderna dell’azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull’Appennino modenese, con la valorizzazione dell’Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L’identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell’Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l’India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale. Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L’iniziativa nasce con l’obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l’esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell’informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l’eccellenza e l’identità italiana. “Tanto la nuova etichetta quanto l’istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l’acqua al centro dell’attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l’anno, in pratica 257 litri pro capite. E’ un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell’acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.



Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

05/05/2026

(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

Si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem

ADKRONOS NEWS
REDAZIONE@TARAN70BUONASERA.IT

05 MAGGIO 2025 - 18:47



Si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem

Roma, 5 mag. (Labitalia) - Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

NUOVA BOTTIGLIA IN VETRO TOP LABEL E PREMIO CULTURALE, PARTE IL RILANCIO DI 'ACQUA NOCERA UMBRA' SI INSERISCE NEL PERCORSO DI CRESCITA DEL GRUPPO SEM

di Gestione | 5 Maggio 2026



Roma, 5 mag. (Labitalia) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all’alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell’azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell’acqua al Castello di Solfagnano (Perugia), nasce con l’obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet. “La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all’esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell’estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti. La storia moderna dell’azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull’Appennino modenese, con la valorizzazione dell’Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L’identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana

già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale. Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana. “Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

05.05.2026 - h 18:00



Riassumi



(Adnkronos) - Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti.

Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfagnano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal

Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.



Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

🕒 5 Maggio 2026 Redazione Zerouno TV

Tempo di Lettura: 3 minuti

(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all’alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell’azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell’acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l’obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet. “La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all’esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell’estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti. La storia moderna dell’azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull’Appennino modenese, con la valorizzazione dell’Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L’identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell’Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l’India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale. Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L’iniziativa nasce con l’obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l’esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell’informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l’eccellenza e l’identità italiana. “Tanto la

nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione", sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. "Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy", conclude.

—lavoro/made-in-italywebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'



Riassumi



(Adnkronos) - Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti.

Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal

Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.



NEWS **LAVORO**

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'



(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

"La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità", dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. "Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici", aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfagnano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

"Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione", sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. "Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy", conclude.

Acqua Nocera Umbra rilancia tra tradizione e innovazione

8 Maggio 2026 umbriaecultura



Dal cuore dell'Umbria al mercato internazionale: il marchio storico dell'Acqua Nocera Umbra investe nel canale horeca e istituisce un riconoscimento dedicato a cultura e identità del Made in Italy

Un legame profondo con il territorio, una storia che attraversa i secoli e uno sguardo rivolto al futuro. **Nocera Umbra Fonti Storiche S.p.A.** inaugura una nuova fase del proprio percorso con il lancio di una bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione e con l'istituzione del **Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica**, confermando il ruolo centrale dell'acqua minerale nella cultura italiana.

L'azienda, attiva nell'imbottigliamento e distribuzione delle acque Sorgente Angelica e Sorgente Flaminia, opera nel territorio di Nocera Umbra ed è parte del Gruppo SEM, realtà di riferimento nel settore a livello nazionale e internazionale.

Una nuova bottiglia per l'alta ristorazione

Presentata a Perugia il 5 maggio 2026, la nuova bottiglia in vetro segna l'ingresso del brand nel canale horeca e nei circuiti della ristorazione di qualità. Si tratta di una referenza pensata per coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, con una prima diffusione prevista nel Centro-Sud Italia e una successiva estensione su scala nazionale.

“È molto più di un nuovo prodotto: rappresenta il nostro ritorno nel mondo della ristorazione di qualità”, ha dichiarato Claudio Turchi, presidente del Gruppo SEM. “Vogliamo rispondere a un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore, senza perdere il legame con le nostre radici”.

Il lancio è stato accompagnato da un evento gastronomico d'eccezione: lo chef stellato Francesco Aprea ha firmato il menu “Le Sorgenti del Sapore”, valorizzando l'acqua come ingrediente attivo nella creazione culinaria.

Una storia lunga secoli

La storia dell'acqua di Nocera Umbra affonda le radici nel XVI secolo, quando la Sorgente Angelica era già citata in trattati medici per le sue proprietà benefiche. Considerata “divina” per le sue qualità, è stata oggetto di studi e testimonianze da parte di studiosi come Bernardino da Spoleto e Annibale Camilli.

A renderla celebre su scala internazionale fu Felice Bisleri, imprenditore visionario e padre della Ferro-China, che alla fine dell'Ottocento ne intuì il potenziale commerciale, promuovendola con lo slogan “Volete digerir bene? A tavola bevete l'acqua di Nocera”.

Oggi, la sorgente sgorga a oltre 600 metri di altitudine in un ambiente incontaminato al confine con il Parco Naturale di Colfiorito, mantenendo intatte le caratteristiche che l'hanno resa celebre: un equilibrato contenuto di sali minerali e un gusto leggero e delicato.

Un premio per valorizzare cultura e identità

Nel solco di questa tradizione si inserisce anche la prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, in programma il 22 maggio presso il Castello di Solfagnano. L'iniziativa nasce per celebrare personalità del mondo della cultura, dello sport e dell'informazione che contribuiscono a promuovere l'eccellenza italiana. "Vogliamo riportare l'acqua al centro dell'attenzione culturale", ha sottolineato Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo SEM. "In Italia si consumano oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia ogni anno: è un elemento identitario, un simbolo del Made in Italy spesso sottovalutato".

Tradizione e innovazione

Con una capacità produttiva annua di circa 150 milioni di bottiglie e uno stabilimento che impiega decine di lavoratori nel territorio umbro, Nocera Umbra Fonti Storiche rappresenta un esempio di equilibrio tra innovazione tecnologica e valorizzazione delle risorse naturali.

Dal recupero di marchi storici alle nuove strategie di mercato, il Gruppo SEM continua a investire in sostenibilità e sviluppo, mantenendo viva una tradizione che, da secoli, racconta il rapporto tra acqua, benessere e cultura. Un percorso che oggi si rinnova, portando un prodotto antico verso nuove sfide contemporanee, senza perdere la propria identità.

Emprego

Acqua Nocera Umbra lança garrafa de vidro premium e inicia relançamento focado no canal HoReCa

Acqua Nocera Umbra lança garrafa de vidro premium para HoReCa; produção em Nocera Umbra e expansão inicial no Centro-Sul da Itália.



Giuliano Martini | Maio 2025 | 1301

1301

Acqua Nocera Umbra anuncia uma nova fase de posicionamento com o lançamento de uma **garrafa de vidro** desenvolvida especificamente para a **alta gastronomia** e para o canal **HoReCa** (hotéis, restaurantes e catering). A iniciativa marca a entrada formal da marca — pertencente ao **Grupo Sem** — no segmento de grossistas e estabelecimentos de restauração, até então não plenamente explorado pela empresa.

O produto, apresentado inicialmente durante as celebrações dos 130 anos da água no *Castello di Solfagnano* (Perugia), chega em um formato inédito destinado a ser a **top label** da empresa. A estratégia comercial prevê uma primeira distribuição nas regiões do Centro-Sul da Itália, com expansão progressiva para todo o território nacional.

A produção será realizada na unidade industrial de **Nocera Umbra**, na província de Perugia, onde estão as fontes históricas **Angelica** e **Flaminia**. O site emprega cerca de 50 colaboradores e tem capacidade anual de 150 milhões de garrafas, das quais aproximadamente 90% são produzidas em PET. O lançamento da garrafa de vidro pretende também reforçar elementos de **sustentabilidade** e de identidade territorial, conforme posicionamento declarado pela direção do Grupo.

“A nova garrafa em vidro representa para nós muito mais que um novo produto: é um passo estratégico que marca o retorno de **Acqua Nocera Umbra** ao mundo da restauração de qualidade”, declarou o presidente do **Grupo Sem**, Claudio Turchi. Turchi ressaltou que a proposta busca combinar elegância, identidade territorial e sustentabilidade, respondendo às exigências de um mercado cada vez mais atento à experiência global do consumidor.

O anúncio integra um percurso de crescimento do **Grupo Sem**, hoje uma das realidades mais dinâmicas no panorama italiano de extração e engarrafamento de águas minerais naturais. Com sede em Vignola, na área de Modena, o grupo construiu ao longo do tempo uma presença nacional e internacional mantendo forte ligação com as áreas de origem das fontes.

Dados institucionais recordam que a história contemporânea do grupo começou em 1984, em Fanano (Appennino modenese), com a valorização da **Acqua Minerale Naturale Monte Cimone**. Desde então, o Grupo Sem ampliou sua estrutura por meio da aquisição de marcas e sítios produtivos: as **Sorgenti Clavdia** no Lácio (fontes Clavdia e Giulia), o polo de **Nocera Umbra Fonti Storiche** em Úmbria (com a histórica fonte Angelica e a mais recente Fonte Flaminia), além da Nuova Samicer em Reggio Emilia (fontes Ventasso e Lieta).

O relato institucional lembra, ainda, a ligação histórica com o nome **Bisleri**. A família Bisleri, sob a liderança de Felice Bisleri, tem participação notória na história industrial italiana desde o final do século XIX, com contribuições importantes na difusão de produtos ligados ao bem-estar e à saúde.

Em termos práticos, a novidade representa um movimento tático: ocupar um segmento de mercado até então deixado a outros players, oferecer um produto alinhado a demandas de hospitalidade de alto padrão e reforçar a cadeia produtiva local em Nocera Umbra. A empresa sinaliza, por fim, que a aposta na **garrafa de vidro** é parte de um roteiro de inovação que busca crescimento sem ruptura com as raízes territoriais.



MARTEDÌ 5 MAGGIO 2026

Al via la Prima Edizione del Premio Culturale Acqua Nocera Umbra: un riconoscimento che celebra esclusività e tradizione



Presentata la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione; occasione importante per un focus su un settore in continua crescita che solo in Italia vede un consumo che supera i 15 miliardi di bottiglie e i 257 litri pro capite l'anno.

Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo SEM.

Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfagnano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in PET.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il Presidente del Gruppo SEM, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo SEM, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La nuova bottiglia è stata presentata attraverso un menu esclusivo, "Le Sorgenti del Sapore", firmato dallo chef stellato Francesco Apreda, che ha valorizzato l'Acqua Nocera Umbra come ingrediente, integrandola in diverse creazioni del percorso gastronomico.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta.

L'identità del Gruppo SEM si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo SEM raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali.

In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il prossimo 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

"Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione", sottolinea Matteo Marchi, Direttore Generale del Gruppo SEM. "Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy".



AL VIA LA PRIMA EDIZIONE DEL PREMIO CULTURALE ACQUA NOCERA UMBRA: UN RICONOSCIMENTO CHE CELEBRA ESCLUSIVITÀ E TRADIZIONE

Pubblicato da **Redazione** 06/05/2026



- *presentata la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione;*
- *occasione importante per un focus su un settore in continua crescita che solo in Italia vede un consumo che supera i 15 miliardi di bottiglie e i 257 litri procapite l'anno.*

Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo SEM.

Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale.

La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in PET.

"La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità", dichiara il Presidente del Gruppo SEM, Claudio Turchi. "Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici".

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo SEM, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La nuova bottiglia è stata presentata attraverso un menu esclusivo, "Le Sorgenti del Sapore", firmato dallo chef stellato Francesco Apreda, che ha valorizzato l'Acqua Nocera Umbra come ingrediente, integrandola in diverse creazioni del percorso gastronomico.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta.

L'identità del Gruppo SEM si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo SEM raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali.

In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il prossimo 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

"Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione", sottolinea Matteo Marchi, Direttore Generale del Gruppo SEM. "Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. È un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy".

Lavoro

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'



AdnKronos

3 minuti di lettura



(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all’alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell’azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell’acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l’obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet. “La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all’esperienza complessiva del

consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti. La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale. Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana. “Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

—lavoro/made-in-italywebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pubblicato il 5 Maggio 2026

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

da adnkronos | 5 Maggio 2026 | adnkronos - altro

(Adnkronos) - Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet. "La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità", dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. "Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici", aggiunge. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti. La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale. Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana. "Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione", sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. "Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy", conclude. ---lavoro/made-in-italywebinfo@adnkronos.com (Web Info)



Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

Lavoro

📅 5 Maggio 2025 👤 Mina Cappussi 💬 [Leave A Comment](#)

(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet. “La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti. La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva,

acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale. Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana. “Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

—lavoro/made-in-italywebinfo@adnkronos.com (Web Info)



UNIONE SINDACATI AGENTI E
RAPPRESENTANTI COMMERCIO ITALIANI

Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

(Adnkronos) - Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet.

“La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge.

Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti.

La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale.

Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra - Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana.

“Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

 01 <https://www.adnkronos.com/lavoro/made-in-italy...>



Nuova bottiglia in vetro top label e Premio culturale, parte il rilancio di 'Acqua Nocera Umbra'

Adnkronos, L'Espresso News WebMagazine24 Maggio 5, 2009

(Adnkronos) – Acqua Nocera Umbra presenta la nuova bottiglia in vetro dedicata all'alta ristorazione, segnando il proprio ingresso nel canale horeca e presso i grossisti. Una nuova referenza, sviluppata in un formato inedito, che rappresenterà la top label dell'azienda del Gruppo Sem. Il progetto, annunciato lo scorso anno in occasione delle celebrazioni per i 130 anni dell'acqua al Castello di Solfignano (Perugia), nasce con l'obiettivo di presidiare un segmento di mercato fino ad oggi non coperto dal brand. La strategia prevede una prima diffusione nelle aree del Centro-Sud Italia, per poi estendersi progressivamente a livello nazionale. La produzione avverrà presso lo stabilimento di Nocera Umbra, in provincia di Perugia, che comprende le Fonti Angelica e Flaminia. Il sito impiega circa 50 collaboratori e vanta una capacità produttiva annua di 150 milioni di bottiglie, di cui il 90% in Pet. “La nuova bottiglia in vetro rappresenta per noi molto più di un nuovo prodotto: è un passo strategico che segna il ritorno di Acqua Nocera Umbra nel mondo della ristorazione di qualità”, dichiara il presidente del Gruppo Sem, Claudio Turchi. “Abbiamo voluto creare una proposta capace di coniugare eleganza, identità territoriale e sostenibilità, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più attento all'esperienza complessiva del consumatore. Questo progetto testimonia la nostra volontà di crescere innovando, senza mai perdere il legame con le nostre radici”, aggiunge. Il lancio della nuova bottiglia si inserisce nel percorso di crescita del Gruppo Sem, oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama italiano dell'estrazione e imbottigliamento di acque minerali naturali. Con sede principale a Vignola, nel distretto modenese, il Gruppo ha sviluppato nel tempo una presenza nazionale e internazionale, mantenendo un forte legame con i territori di origine delle proprie fonti. La storia moderna dell'azienda prende avvio nel 1984 a Fanano, sull'Appennino modenese, con la valorizzazione dell'Acqua Minerale Naturale Monte Cimone. Da allora il Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita progressiva, acquisendo marchi storici e siti produttivi di eccellenza: dalle Sorgenti Clavdia nel Lazio, con le fonti Clavdia e Giulia, al polo Nocera Umbra Fonti Storiche in Umbria, alimentato da sorgente Angelica, già nota fin dal Cinquecento, e dalla più recente Fonte Flaminia, fino a Nuova Samicer, in provincia di Reggio Emilia, con le fonti

Ventasso e Lieta. L'identità del Gruppo Sem si fonda su un equilibrio tra tradizione e innovazione, anche attraverso il legame con il nome Bisleri. La famiglia Bisleri, guidata da Felice Bisleri, ha segnato la storia industriale italiana già alla fine dell'Ottocento, contribuendo alla diffusione di prodotti legati al benessere e alla salute. Ancora oggi, in mercati internazionali come l'India, il nome Bisleri è sinonimo di acqua minerale. Oggi il Gruppo Sem raccoglie questa eredità coniugando qualità, sostenibilità e innovazione tecnologica, sviluppando nuove sinergie nel settore beverage e valorizzando risorse naturali e comunità locali. In questo contesto si inserisce anche il lancio della prima edizione del Premio Acqua Nocera Umbra – Fonte Angelica, che si terrà il 22 maggio presso il Castello di Solfignano. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di valorizzare, in chiave culturale, l'esclusività e la tradizione di un prodotto storico del Made in Italy, premiando personalità del mondo dell'informazione, dello sport e della cultura che, con il loro operato, contribuiscono a promuovere e rappresentare l'eccellenza e l'identità italiana. “Tanto la nuova etichetta quanto l'istituzione del premio manifestano la nostra volontà di portare l'acqua al centro dell'attenzione”, sottolinea Matteo Marchi, direttore generale del Gruppo Sem. “Stiamo parlando di un settore che sviluppa numeri importanti, basti pensare che solo in Italia vengono consumati oltre 15 miliardi di litri di acqua in bottiglia l'anno, in pratica 257 litri pro capite. E' un fatto culturale, una tradizione che attraversa le generazioni e che fa dell'acqua imbottigliata un simbolo, non sempre adeguatamente riconosciuto, del Made in Italy”, conclude.

—lavoro/made-in-italywebinfo@adnkronos.com (Web Info)



Nocera Umbra

SCOPRI ALTRE CITTÀ

Acqua Nocera Umbra rilancia tra tradizione e innovazione



Condividi con gli amici



Invia agli amici



Dal cuore dell'Umbria al mercato internazionale: il marchio storico dell'Acqua Nocera Umbra investe nel canale horeca e istituisce un riconoscimento dedicato a cultura e identità del Made in...

[Leggi tutta la notizia](#)

Umbria e Cultura | 08-05-2026 08:22



Post



Ansa Economia
@ansa_economia



Gli italiani bevono 15 miliardi di bottiglie di acqua minerale, 257 litri l'anno. Prima edizione del Premio Culturale Acqua Nocera Umbra, nasce bottiglia per ristorazione [#ANSA](#)



Da [ansa.it](#)

5:12 PM · 7 mag 2025 · 186 visualizzazioni





Wining.it - Acqua Nocera Umbra

Wining
20 subscribers

Subscribe

Like



Share

Save



1 view May 5, 2026

No description has been added to this video.