

TESTATA: CORRIERE DELLA SERA — MEZZOGIORNO ECONOMIA

DATA: 11 aprile 2016

CLIENTE: DI LEO PIETRO SPA

La nuova sfida L'azienda ha eliminato l'olio di palma: «Utilizziamo solo mais e girasole»

Di Leo Matera punta sui biscotti per vegani

DI PAOLA CACACE



Chi è Pietro Di Leo

Pietro Di Leo è il re del «palm oil free». La sua azienda di biscotti, con sede a Matera, è la quinta in Italia per «brand» e seconda in Puglia e Basilicata. Ora la Di Leo ha arricchito il suo know how, eliminando dalla produzione l'olio di palma al 100 per cento. L'azienda produrrà, infatti, biscotti con olio di mais e girasole. Ed è pronta a lanciare una nuova sfida sul mercato, non solo italiano. Dice Pietro Di Leo: «Lavoreremo molto sullo sviluppo del Bio e di una linea specializzata per vegani».

A PAGINA V

TESTATA: CORRIERE DELLA SERA — MEZZOGIORNO ECONOMIA

DATA: 11 aprile 2016

CLIENTE: DI LEO PIETRO SPA

La storia Quinto brand in Italia, nel 2015 incremento del fatturato dell'11 per cento

Biscotti Eliminato l'olio di palma Di Leo: «Una linea per i vegani»

L'azienda di Matera pronta a lanciare la nuova sfida sui mercati
Il patron: «Con mais e girasole garantita la leggerezza dei prodotti»

DI PAOLA CACACE

Il re del «palm oil free» è Pietro Di Leo, imprenditore di quarta generazione e amministratore unico della Di Leo Pietro Spa di Matera in Basilicata. Una storia che ricorda quella di Davide contro Golia, ossia della piccola azienda del Sud contro i colossi dei prodotti da forno. Solo che in questo caso invece di un sasso è stato lanciato un biscotto da colazione. Anzi, molti biscotti. «La storia della nostra azienda - dice Pietro Di Leo - parte dalla metà dell'800 quando il mio antenato Francesco Di Leo decide di aprire un forno ad Altamura per cuocere il pane fatto in casa dalle massaie. Passano gli anni, ovviamente è dal mio bisnonno, passando per mio nonno si arriva a mio padre, Domenico. Eravamo alla fine degli anni '80 e incuriosito dalla pubblicità dell'Olio Cuore, quella con Nino Castelnuovo, mio padre ebbe una brillante intuizione: usare l'olio di mais per garantire un'ulteriore leggerezza ai nostri prodotti».

Domenico affida la delicata sperimentazione a base di olio di mais al figlio Pietro che porta a termine la missione nel 1990. In quello che all'epoca era il nuovo stabilimento di Matera, s'iniziano a produrre a livello industriale i primi «Biscotti all'olio di mais in

Italia». «Vi lascio immaginare le difficoltà del caso. Il mercato era ancora acerbo per percepire una produzione leggera, salubre ed equilibrata come la nostra. Ora, 25 anni più tardi, il nostro know-how ci è stato più che utile in questa nuova sfida: l'eliminazione dell'olio di palma al 100%», afferma Pietro Di Leo.

È infatti già a regime la produzione della prima linea aziendale per fatturato, i «Caserecci», nella versione con olio di mais e girasole e si prosegue a ritmo serrato nella conversione delle ultime linee produttive con l'obiettivo di avere in assortimento entro pochissimi mesi solo palm oil free. Aggiunge: «Ci siamo anche accorti di tante problematiche, tra cui anche quella ambientale visto che la domanda di olio di palma sta producendo deforestazioni in Malesia e Indonesia. Inoltre usando olio di mais o girasole garantiamo una leggerezza nei nostri prodotti che è invidiabile». Leggerezza che a quanto pare paga. In un mercato come quello dei biscotti che nel 2015 ha segnato il passo (-2,4% in volumi e -1,7% in valore nella distribuzione moderna), la Di Leo ha messo a segno una crescita dell'11% del fatturato (passato dai 13,35 del 2014 ai

14,86 milioni del 2015), confermandosi quinto brand nel Mezzogiorno e secondo in Puglia e Basilicata. Proprio in queste regioni Di Leo è il brand che in assoluto cresce di più nel segmento salustico/integrale (+3,1% in Puglia e +1,7% in Basilicata), conquistando la leadership a livello regionale per volumi con il 16,3% in Pu-

glia e il 18% in Basilicata.

«Cresciamo in questo segmento - continua Di Leo - perché il nostro è un integrale che piace superando il vissuto di un prodotto punitivo. Se il mercato continua a premiarci è per noi un'ulteriore conferma di avere intrapreso, con prodotti gustosi, genuini e con specifiche proprietà nutrizionali,

la strada giusta. Oggi la quasi totalità del nostro fatturato proviene dalla vendita di prodotti senza olio di palma ed entro pochi mesi avremo completato la sua sostituzione con olio di mais, girasole o extravergine di oliva. Siamo sempre più convinti che questo percorso, oltre a rispettare l'ambiente, sia virtuoso dal punto di vista

nutrizionale». Così conclude: «Nel prossimo futuro? Lavoreremo molto sullo sviluppo del Bio e di una linea specializzata per i vegani. Si tratta di stili alimentari, stili di vita, che coinvolgono molti consumatori e quindi ci sembra più che giusto venire incontro alle loro richieste. Ci piace questo mix di modernità e tradizione. L'attenzione ai gusti dei clienti di oggi accompagnata da una produzione che recupera metodi antichi, come il Taglio Filo, che usa un filo armonico per tagliare la pasta dando una certa ruvidità ai nostri biscotti che guadagnano in «puc-ciabilità», ossia diventano l'ideale per l'inzuppo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Chi è
Pietro Di Leo
(nella foto)
dirige
il gruppo
di Matera
Il business
in Puglia