



Piemonte Economia

L'amore di Barilla per Leone "Raddoppiamo la fabbrica"



▲ Team I coniugi Barilla con l'ad

di **Francesco Antonioli**

● a pagina 9

LA STORIA

L'amore di Barilla per Leone "Raddoppiamo la fabbrica"

di **Francesco Antonioli**

Il numero due del colosso di Parma e la moglie Michela Petronio svelano il piano per espandere l'azienda: "Porteremo le pastiglie nel mondo"

Discutono con passione, guardano progetti, verificano dati. Si guardano complici negli occhi. E non solo perché nella vita sono marito e moglie da oltre 25 anni. Luca Barilla e Michela Petronio - entrambi proprietari dal 2018 delle Pastiglie Leone con i figli Sara e Pietro - stanno lavorando con l'amministratore delegato Massimo Pozzetti al grande bal-

zo. Nella primavera del prossimo anno, nell'ampio prato accanto all'attuale quartier generale di Collegno, inizieranno i lavori per un nuovo stabilimento a impatto zero e già predisposto per le visite del pubblico. Sarà un investimento notevole, che supererà di molto gli 11 milioni di fatturato con cui verrà chiuso l'esercizio 2022 (più 20% sul 2021).

Galeotto fu il food. Luca, vicepresidente del colosso alimentare di Parma che gestisce con i fratelli Guido e Paolo, ha incontrato Michela in azienda. Correva l'anno 1992. Lei - triestina di origini, specialista in Scienze e tecnologie alimentari, studi a Milano e master in Agribusiness alla Bocconi - era appena stata assunta per occuparsi di ricerca e innovazione. «Me ne innamorai subito», confida Luca. Nel tempo, prima fidanzati e poi sposi, non hanno mai confuso i piani, con garbo e riservatezza. Adesso Michela è presidente

delle Pastiglie Leone e vicepresidente di BluFuture, l'area di corporate venture del gruppo Barilla che investe in startup a vocazione foodtech. Almeno due volte al mese, Luca e Michela arrivano a Collegno da Parma: riunioni, decisioni, ma anche incontri informali con i dipendenti, «i Leones» come amano chiamarli.

Willy Wonka e signora accarezzavano da tempo l'idea di avere una loro azienda made in Italy nel food, da sviluppare e consolidare con le capacità del miglior capitalismo familiare. È proprio con questi intenti che nel 2018 si presentarono alla famiglia Monero, che fin dal 1934 aveva rilevato l'antica confetteria di Luigi Leone, l'artigiano che iniziò l'attività nel 1857 ad Alba, terra della Madora e dei Ferrero, prima di spostare la bottega a Torino, diventando apprezzato fornitore di Casa Savoia. I due Barilla sono riusciti a convincere il ragionier Monero con il loro pro-

Data: 21.11.2022 Pag.: 1,9
Size: 828 cm2 AVE: € 24012.00
Tiratura:
Diffusione: 9371
Lettori:



getto. «Luigi Leone è stato un innovatore - incalza Michela Petronio -. Ha creato lo zuccherino digestivo, mettendolo in piccole latte portatili e ricaricabili. Noi intendiamo continuare su questa strada, inventando prodotti che resistano nel tempo».

L'ingresso in azienda dei coniugi Barilla ha coinciso con un periodo congiunturale inatteso e balordo per l'economia. Prima la pandemia, adesso l'inflazione, l'energia e le materie prime alle stelle, la guerra in Ucraina. «Non è stato semplice - interviene Luca Barilla - ma ora dobbiamo compiere un salto in avanti e costruire il futuro con tenacia». Contromisure ai problemi di questi mesi? «Stiamo trattando mensilmente i prezzi dell'energia con provider diversi», spiega Massimo Pozzetti, manager di lungo corso, oltre che in Ba-

rilla in multinazionali come Diageo e Unilever, a bordo di Leone da maggio 2021: «Intendiamo presidiare il segmento premium a livello internazionale. La quota dell'export è già aumentata del 30%. Stiamo facendo rotta su Svizzera, Germania, Francia, Corea del Sud e Messico. Presto avremo altri mercati di sbocco. In qualche modo, poi, pratichiamo il reshoring: alcuni tipi di lattine non li produciamo più in Cina, ma in Europa».

Si respira un'ottima aria nello stabilimento, non solo per la soddisfazione dell'olfatto. C'è un buon clima di squadra. Ora gli addetti sono un'ottantina, ma gli obiettivi sono di una crescita almeno del 20% nei prossimi quattro anni. «Rafforziamo il cuore, cioè la produzione di pastiglie - dice ancora Michela Petronio -, ma amplieremo la gamma e mi-

glioreremo nel cioccolato. Abbiamo collaborazioni con designer e artisti, come Nathalie Lété che ha firmato alcune nostre confezioni. Puntiamo ad alleanze strategiche». Come quella con la Pasticceria Racca, con cui stanno esordendo in questi giorni: un panettone senza canditi, ma con gocce di gelatine Leone, rigorosamente in una scatola di latta creata ad hoc. Una delizia: 9 mila pezzi già andati via come niente.

Alla Leone, al civico 46 di via Italia, dove è sempre aperto anche un goloso spaccio, sono tutti convinti di poter superare questi momenti. «Nonostante tutto continuiamo a credere moltissimo nel nostro Paese - si congedano Luca e Michela Barilla -. E anche nel Piemonte. Desideriamo che questo brand storico venga sempre più associato a momenti di benessere, sollievo, felicità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Coppia
I coniugi Luca Barilla e Michela Petronio, proprietari di Pastiglie Leone. Sotto, il progetto del nuovo stabilimento

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile

Data: 21.11.2022 Pag.: 1,9
Size: 828 cm2 AVE: € 24012.00
Tiratura:
Diffusione: 9371
Lettori:



L'accordo

La novarese Herno veste i campioni del Barcellona

Vestiranno "novarese" gli atleti del Barcellona: saranno infatti griffati Herno, il marchio di abbigliamento nato sul lago Maggiore nel secondo dopoguerra, i capi indossati come "formal wear" dagli atleti e da tutto lo staff blaugrana a partire da gennaio fino alla stagione 2024/2025.

L'accordo prevede che tre delle principali squadre professionistiche della polisportiva catalana — calcio maschile, calcio femminile e pallacanestro — indosseranno i capi del brand novarese in occasione dei viaggi fuori dalla Catalogna e dalla Spagna per le competizioni internazionali, e prima delle varie finali a cui si qualificheranno. L'accordo prevede la fornitura di un kit da sei pezzi (giacca,

pantaloni, scarpe e maglie) per ogni giocatore. È la prima volta che il Barcellona ha un unico brand per tutte le formazioni di punta della società ed è stata una novità anche per la «Herno» che ha cucito capi su misura per ogni elemento della rosa. Herno, nota in tutto il mondo soprattutto per la produzione di piumini e impermeabili, ma non solo, è stata fondata nel 1948 a Lesa, in provincia di Novara, da Giuseppe Marenzi e dalla moglie Alessandra Diana. Negli anni 2000 il marchio è passato nelle mani del figlio Claudio Marenzi, che ha portato il brand ad essere conosciuto in tutto il mondo.
r.t.