

# La rinascita di Preziosi food

di **Marialetizia Mele**

In tre anni con la sua squadra ha incrementato il fatturato dell'80% e quasi triplicato la redditività: sono i risultati ottenuti da **Preziosi food**, produttore e distributore di patatine e snack salati, con il piano di riorganizzazione avviato nel 2021. Gli ultimi dati finanziari mostrano un fatturato di oltre 86 milioni di euro e una redditività del 12 per cento.

«Nel 2023 abbiamo raggiunto i migliori risultati di sempre e siamo arrivati al traguardo che ci eravamo prefissati tre anni fa» sottolinea **Lorenzo Caporaletti**, Presidente e amministratore delegato, arrivato nel 2020 con l'obiettivo di far riemergere Preziosi food da una difficile situazione economica e finanziaria.

Nata alla fine degli anni Novanta in provincia di Bari come produttore di snack con il marchio **Mitica**, l'azienda inizia nel 2003 la collaborazione con il gruppo **Giochi preziosi**, sviluppando il mercato del licensing e delle patatine con sorpresa e creando i brand **Salati preziosi** e **Dolci preziosi**. Nel 2017 entrano nel capitale azionario di Preziosi food i due fondi di investimento Vertis e Hat e nel 2019 parte la ristrutturazione con la cessione di Dolci preziosi a **Cerealitalia**, che però non basta.

Nel settembre 2020 i fondi affidano la gestione a Lorenzo Caporaletti, manager di lunga esperienza in diversi settori industriali in Italia e all'estero, anche se non in quello alimentare.

«Era la mia prima esperienza nel food e ho accetta-

to anche per questo motivo – racconta Caporaletti –. L'obiettivo era un nuovo piano industriale che aumentasse il valore e l'appeal dell'azienda: nel 2020 fatturavamo 48 milioni di euro con una redditività del 4%-5%, circa la metà della media del settore. Abbiamo deciso di costruire il nuovo piano strategico su ciò che avevamo: una posizione predominante nel Centro-Sud, grazie alla localizzazione a Melfi; un brand molto

presente in Campania, Sicilia e Puglia; relazioni forti con i maggiori discount italiani, soprattutto per i prodotti Mdd, sui quali avevamo una forte expertise».

C'erano però due problemi: «Il primo era produttivo, legato a impianti vecchi e non efficienti, con linee già saturate che era necessario rinnovare. Il secondo era il tempo a disposizione: avevamo 3 anni di tempo per



Lorenzo Caporaletti,  
Presidente e Ad  
Preziosi food

«Siamo tra gli unici asset azionabili sul mercato e siamo una piattaforma ideale per costruire un polo dedicato agli snack al Centro-Sud»

raggiungere i risultati prefissati e dovevamo quindi fare in modo di crescere ogni anno».

Il nuovo piano industriale prende il via nell'agosto del 2021, grazie al rifinanziamento del debito di circa 10 milioni con Garanzia Italia di **Sace** e a nuovi finanziamenti per 8 milioni. «Nel 2021 abbiamo cominciato a pianificare i nuovi impianti e nel 2022 abbiamo rinnovato la maggior parte delle linee di produzione, con un forte incremento della capacità produttiva e di confezionamento

– prosegue Caporaletti –. Abbiamo investito in totale circa 11 milioni e in tre anni siamo cresciuti in volumi e in valore e moltissimo in redditività».

L'obiettivo per il 2024 è un fatturato tra i 96 e i 99 milioni, ma il piano per i prossimi 5 anni prevede +50% di fatturato e raddoppio della redditività entro il 2028, grazie anche a investimenti per 10 milioni su impianti e nuove tecnologie. In programma anche la crescita dell'export, dal 2% al 4%, mentre la quota di Mdd, che ora copre il 70% del fatturato, dovrebbe scendere intorno al 65%.

«Faremo crescere anche il nostro marchio – annuncia l'Ad – con un piano di marketing per rinnovare il brand e investendo su una distribuzione più capillare; abbiamo appena lanciato il nostro e-commerce per far meglio conoscere le novità di prodotto. La nostra strategia futura punta su 3 grandi trend: le nuove aromatizzazioni, come le patatine gusto pollo appena lanciate; il trend salutista, con il giusto bilanciamento tra gusto e riduzione di grassi, sale, zuccheri; il tex-mex, con prodotti a base mais, come tortilla e nachos».

Intanto Vertis e Hat hanno avviato la cessione di Preziosi food, tornata appetibile e per la quale l'interesse è già alto. «Le possibilità sono diverse: fondi italiani, oppure gruppi industriali nazionali o stranieri, anche per chi, già nell'alimentare, fosse interessato a diversificare – precisa Caporaletti –. Siamo tra gli unici asset azionabili sul mercato e siamo una piattaforma ideale per costruire un polo dedicato agli snack al Centro-Sud».



Approfondisci  
**SNACK E FUORI PASTO**

## PREZIOSI FOOD IN CIFRE

**86**

milioni € il fatturato nel 2023



**+24%**

l'incremento annuo

Tra **96** e **99** mln

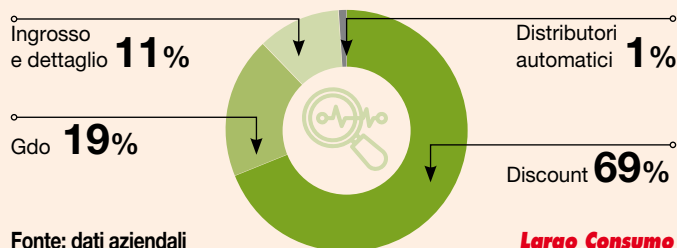
di euro le stime di chiusura del 2024



**200**

addetti

Ripartizione % per canali distributivi



Fonte: dati aziendali

**Largo Consumo**

© RIPRODUZIONE RISERVATA