

# INSALATE GLOBALI LINEA VERDE CRESCE

Con verdure e piatti pronti, i fratelli Battagliola guidano un gruppo da 300 milioni di fatturato. Il 2020 nel segno degli investimenti sostenibili

di **Giulia Cimpanelli**

«**M**ettere le fabbriche dove ci sono le coltivazioni, in pieno stile americano». È questa l'idea che sta alla base di **DimmiDiSi**, il marchio nato nel 2006 all'interno de **La Linea Verde**, grazie al quale l'azienda ha passato la frontiera delle insalate pronte, aggiungendo zuppe e piatti cucinati alla sua produzione. Domenico e Giuseppe Battagliola, rispettivamente amministratore delegato e presidente della società, sono partiti nel 1991 come spin-off dell'azienda agricola di famiglia, dieci ettari di terreni coltivati a Manerbio, in provincia di Brescia.

Oggi il gruppo **La Linea Verde** fattura 300 milioni di euro (erano 12 nel 2006), ha 1.500 dipendenti, sette stabilimenti tra Italia, Spagna e Serbia e porta ogni giorno due milioni di prodotti sulle tavole di tutta Europa. I fratelli, una volta presa in mano l'attività del padre hanno pensato di «mettere tempo libero nelle buste di insalata: un concetto allora un po' difficile da interpretare; siamo stati precursori della quarta gamma in Italia: producevamo e imbustavamo insalate per le catene della grande distribuzione», racconta Domenico.

Dal 2006, con la nuova linea a marchio proprio, hanno iniziato ad acquisire terreni o aziende già esistenti nella Piana del Sele, vicino a Salerno (Ortomad), poi tre stabilimenti con relativa produzione agricola in Spagna e uno in Serbia, per servire l'est europeo e la Russia dove hanno recentemente aperto una sede commerciale. Un'azienda diffusa che non smette di crescere: l'anno scorso,

i due fratelli hanno investito tre milioni e mezzo di euro per una nuova azienda agricola in provincia di Oristano in Sardegna composta da due attività di coltivazione e uno stabilimento a elevata innovazione tecnologica, attraverso la partecipata Antiga Sardinia S.A., con l'assunzione di 25 persone.

## Espansione

«Grazie a questo assetto esportiamo in 25 Paesi (il 50 per cento del fatturato viene dall'estero): il nostro core business è la produzione di quarta gamma e piatti pronti per 60 marche private, in particolare della grande distribuzione, in tutta Europa — dice il ceo —. Poi c'è il nostro marchio, che stiamo cercando di implementare e allargare a nuove occasioni di consumo: da piatti pronti per l'antipasto al pokè». Ne sono un esempio le Zuppe d'Oriente nelle tre varianti Tokyo, Bangkok Mumbai, presentate quest'anno: «Tre ricette giovani che si ispirano alla cucina asiatica e strizzano l'occhio ai millennials e a chi ha voglia di sperimentare qualcosa di nuovo in cucina», spiega il ceo.

Ora, per l'azienda bresciana, è il momento di espandersi oltre altri confini: «Presto apriremo un'azienda con stabilimento in Francia, nella zona della Provenza, dove punteremo sui prodotti tipici francesi. Cerchiamo in ogni zona di attenerci alle specie vegetali autoctone: siamo pur sempre agricoltori, anche se europei», dice Battagliola. Ma **La Linea Verde** non si limita alla produzione e alla lavorazione del prodotto agricolo. Il gruppo segue tutto il ciclo di vita del prodotto: dai campi alle tavole. «La logistica — aggiunge l'amministra-

tore delegato — per noi è una chiave importante: velocità e catena del freddo sono fondamentali, dobbiamo essere registi fino alla tavola del cliente, garantendo l'integrità delle qualità nata in campo». Per questo i fratelli Battagliola hanno aperto, una ventina d'anni fa, B&B Enterprise (fatturato 2018: 24 milioni di euro), la società logistica del gruppo che consegna prodotti in tutta Europa, per sé e per altri clienti. Ora, oltre a pensare a un'ulteriore espansione europea, i fratelli Battagliola puntano su innovazione e sostenibilità: «La tecnologia non è nemica alla qualità del prodotto, così come la sostenibilità non è nemica degli investimenti — commenta Domenico —. Abbiamo reso il consumo energetico degli stabilimenti più efficiente e pulito con sistemi che recuperano il calore e lo trasformano in freddo. Abbiamo un dipartimento di ricerca e sviluppo interno su sistemi che sostituiscano l'uso di plastiche con plastiche riciclabili e, in futuro, compostabili». Il progetto di risparmio energetico in atto si concluderà a fine 2019 con un investimento totale di 15 milioni di euro. Agli ampliamenti produttivi vengono affiancati investimenti agricoli con campi e serre dedicati alla coltivazione delle insalate. «I nostri investimenti sono anche mirati alla crescita del capitale umano, con nuove assunzioni, percorsi di formazione e specializzazione delle nostre persone per affrontare sempre meglio le sfide del futuro — conclude Battagliola —. L'incremento della forza lavoro 2018 nella sola sede di Manerbio, per esempio, è stato del 14%. Infine investimenti sono sempre dedicati anche al miglioramento della filiera corta e trasparente».



**Famiglia** Domenico Battagliola, ceo

