

Caseificio S. Leonardo: dalla tradizione alle nuove sfide

Conservare lo straordinario patrimonio della tradizione, proiettandosi verso le nuove sfide dell'innovazione e dell'internazionalizzazione. E' questa la visione del Caseificio San Leonardo, l'azienda salernitana che dal 1988 – anno della sua fondazione – ha fatto della valorizzazione dei prodotti caseari Made in Salerno il suo tratto distintivo. #LaBuonaMozzarellaDiSalerno, ormai riconosciuta dal pubblico dei social grazie all'intensa attività di comunicazione digitale, è presente su tutto il territorio cittadino con ben otto punti vendita, localizzati in alcune delle aree più popolate di Salerno: zona ospedaliera, Pastena, Torrione, Fratte, Mercatello, Mariconda e Sant'Eustachio. “Il nostro è l'unico caseificio salernitano che ha scelto di stabilire la produzione all'interno del perimetro della città – commenta Giacomo La Marca, a capo della seconda generazione di proprietari inaugurata dal fondatore Mario -. Sin da quando mio padre ha dato inizio a questa avventura imprenditoriale, abbiamo avuto ben chiaro il progetto: realizzare prodotti di qualità, che potessero rappresentare al meglio le eccellenze della nostra terra, con un occhio sempre attento alla filiera corta e al gusto della clientela”. Il latte, sempre freschissimo, arriva ogni giorno dagli allevamenti della provincia ed il quartier generale di Via San Leonardo – situato nei pressi del presidio ospedaliero “Ruggi D'Aragona” – opera nel rispetto delle antiche tecniche di trasformazione e, grazie all'impiego di moderne, certificate ed efficienti tecnologie che hanno ottimizzato negli anni il processo produttivo, porta in tavola un'ampia gamma di prodotti caseari. “Cerchiamo di coniugare la forza della tradizione e il valore innegabile dell'innovazione – spiega Giacomo La Marca –, i nostri mastri casari vantano anni di esperienza nel settore, sono sempre attenti alla qualità della materia prima

e del prodotto finale ma, allo stesso tempo, sanno leggere le richieste del mercato, che è sempre più esigente. Negli ultimi anni la nostra offerta è diventata davvero complessa ed articolata: non più la semplice mozzarella e i formaggi, ma anche lo yogurt, i dolci e soprattutto i prodotti senza lattosio, sempre più ricercati da chi ha sviluppato intolleranze alimentari". Nel futuro, che è già presente, c'è la volontà di aprirsi ai mercati internazionali. "In parte lo stiamo già facendo – racconta La Marca -, abbiamo allacciato contatti con esportatori che operano in Inghilterra, in Svezia e negli Stati Uniti, studiando insieme a loro innovative tecniche di conservazione, che possano preservare la freschezza del prodotto. All'estero il Made in Italy, soprattutto nel settore food, è molto apprezzato. Gli stranieri comprano il prodotto ma anche il territorio da cui proviene, e noi dobbiamo essere bravi a raccontarlo".