

MADE IN ITALY Lunedì 23 aprile 2018 - 12:55

## Conserven F.lli Polli, 2017 con crescita a doppia cifra

Superati 100 milioni di fatturato di cui 50% esportato in 45 Paesi



Roma, 23 apr. (askanews) – Dall'Europa al Sud America: esportazioni in oltre 45 Paesi dove nel 2017 sono stati venduti oltre 15 mila tonnellate di verdure lavorate, tra sughì, sottoli e sottaceti pari a circa il 50% del fatturato complessivo. Sono le cifre messe a segno dalla Fratelli Polli: da 146 anni l'azienda toscana, originaria di Monsummano dove ha sede lo storico stabilimento, produce conserve vegetali esportando la tradizione italiana in linea con i dettami della dieta mediterranea.

In uno scenario in cui il comparto delle conserve tradizionali è cresciuto in media del 4.7%, Polli – informa una nota dell'azienda – ha chiuso il 2017 con una crescita a doppia cifra sia a volume sia a valore rispetto al 2016 pari rispettivamente al 17,2% e all'11,5%, mettendo a segno un +26% a valore nel comparto dei sottoli, + 13% dei condimenti per riso e +6% in quello delle olive (fonte: Nielsen Italia, H+S+LSP). A dirlo sono i numeri: nel 2017 la F.lli Polli ha superato i 100 Mio di fatturato di cui il



# ASKANEWS.IT

**23 aprile 2018**

[http://www.askanews.it/economia/2018/04/23/consERVE-f-lli-polli-2017-con-crescita-a-doppia-cifra-pn\\_20180423\\_00099/](http://www.askanews.it/economia/2018/04/23/consERVE-f-lli-polli-2017-con-crescita-a-doppia-cifra-pn_20180423_00099/)

50% rappresentato dall'export in oltre 45 Paesi in tutto il mondo tra i quali spiccano Germania, Francia, Regno Unito. I prossimi obiettivi? Stati Uniti e Cina, due realtà dal grande potenziale commerciale.

“Siamo orgogliosi di essere sul podio tra i player nazionali del mercato – afferma Manuela Polli, PR & Communication Manager di Fratelli Polli Spa – e soprattutto di essere gli unici con un trend di crescita a doppia cifra sia a volume che a valore rispetto allo scorso anno, con cui siamo diventati, dopo le private label, il primo driver di crescita del mercato, apportando oltre +1,5 milioni di euro. Le prossime sfide? Lo sviluppo della marca nella grande distribuzione è una delle priorità commerciali dei prossimi anni, così come mantenere l'impegno nella ricerca ed innovazioni e nelle politiche di espansione internazionale. Le ambizioni per i prossimi anni sono quelle di continuare a investire nei principali paesi Europei e oltre Oceano. Resta inoltre vivo il progetto di approdare al mercato USA, sul quale stiamo portando avanti studi e analisi di mercato.

La rete produttiva di Polli, che segue la filosofia “dal campo alla tavola” reso possibile da un confezionamento delle verdure direttamente “dal fresco” riducendo i tempi di lavorazione, si distribuisce su tre moderni stabilimenti (due in Italia, a Monsummano Terme ed Eboli, ed uno in Spagna) dove nel 2017 sono state prodotti più di 100 milioni di vasi (+13,2% rispetto al 2016) e 9,2 milioni di vaschette.

Il 2017 è stato anche un anno ricco di nuovi investimenti tecnologici per un totale di circa 5 milioni di euro attraverso l'implementazione di nuovi sistemi di controllo per la sicurezza del consumatore e nuove linee di produzione di ultima generazione volte a preservare l'integrità degli ingredienti e aumentare ulteriormente lo standard di qualità. A rendere possibile la crescita del 2017 sono state le innovazioni e la continua ricerca sulla qualità degli ingredienti e del prodotto. A partire dalla gamma Melimangio, lanciata a metà 2017 che è stata progressivamente ampliata fino alle attuali 16 referenze, seguito da Arte Italiana, la linea rivolta invece al target X generation e lanciata in chiusura 2017. Il primo quadrimestre del 2018 vede invece il rilancio della gamma Rosso Polli, che consta di oltre 30 referenze, classiche, e la nuova gamma BIO, in linea con il trend di mercato che vira verso la naturalità.

