

ITALPLANET.IT

23 aprile 2018

<https://italplanet.it/le-conserve-della-f-lli-polli-volano-in-italia-e-allestero-nel-2017-messa-a-segno-una-crescita-a-doppia-cifra/>

Le conserve della F.Lli Polli volano in Italia e all'estero

23 aprile 2018



Dall'Europa al sud America: la tradizione italiana vince in oltre 45 Paesi dove nel 2017 sono stati venduti oltre 15 mila tonnellate di verdure lavorate, tra sughi, sottoli e sottaceti pari a circa il 50% del fatturato complessivo



potenziale commerciale.

Il Made in Italy che vince nel mondo porta il nome di 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 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 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



ITALPLANET.IT

23 aprile 2018

<https://italplanet.it/le-conserve-della-f-lli-polli-volano-in-italia-e-allestero-nel-2017-messa-a-segno-una-crescita-a-doppia-cifra/>

"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.

