

DALLE CONSERVE AI PIATTI PRONTI LE RAGAZZE POLLI VANNO IN AMERICA

L'azienda è alla sesta generazione, tutta femminile con Manuela, Claudia e la cugina Maddalena nel board. «Presto un impianto negli Usa, il sogno è riaprire le botteghe a Milano». Ricavi a 145 milioni, «ready meal» in cantiere

di ENRICA RODDOLO

«Sogno di riaprire la storica Bottega Polli, che nell'Ottocento aveva le vetrine affacciate su via Broletto a Milano, a un passo dal Duomo. Intanto ci prepariamo a un grande progetto negli Usa», anticipa L'Economia Manuela Polli, sesta generazione del gruppo di famiglia F.lli Polli fondato sotto la Madonnina nel 1872 e rimasto sempre orgogliosamente in famiglia.

Il gruppo nacque grazie allo spirito imprenditoriale di Fausto Polli che, già prima dell'Unità d'Italia, intuì la grande potenzialità del mercato delle conserve e cominciò a investire sulle coltivazioni e la conservazione del pomodoro. Oggi la F.lli Polli è leader nelle conserve vegetali, presente in 45 Paesi e fa parte del registro dei Marchi storici di interesse nazionale, riconoscimento istituito dal ministero dello Sviluppo economico. «La nostra poi è una sesta generazione tutta femminile, fatto di cui sono molto orgogliosa. Perché con me c'è mia sorella Claudia, che siede anche lei in consiglio d'amministrazione, e un posto in cda l'ha anche mia cugina Maddalena», nota Manuela Polli. Alla guida c'è il padre, Marco, presidente, che con la sorella Margherita rappresenta la quinta generazione Polli in azienda.

Come si lavora con un capozienza «di casa»?
«Papà è sempre stato un uomo di visione, moderno nell'affrontare i piani aziendali. Così di comune intesa nel 2015, quando abbiamo iniziato ad accarezzare un piano di sviluppo internazionale, abbiamo deciso di affidarci a un manager esterno che avesse conoscenza dei percorsi di internazionalizzazione. Oggi possiamo quindi contare sul nostro amministratore delegato Marco Fraccaroli. Ha la capacità di gestire le dinamiche di quella che è diventata una piccola multinazionale».

Piccola, neppure tanto: dal 1919 Giuseppe Polli, nipote di Fausto, rileva un vecchio sito industriale adibito alla produzione di carni in scatola a Monsummano Terme e fonda il primo stabilimento Pol-

Famiglia
Da sinistra in senso antiorario, le sorelle Claudia e Manuela Polli con la cugina Maddalena Bobba

1872

L'inizio a Milano

Fausto Polli apre un negozio di gastronomia e si focalizza sulle conserve di pomodoro



1919

Primo stabilimento
Il nipote Giuseppe Polli vara il primo impianto Polli a Monsummano Terme

2023

I numeri
145 milioni di euro di fatturato, di cui il 75% viene dall'estero



li. Nel 2019 Polli acquisisce i marchi e lo stabilimento di Valbona di Lozzo Atestino, in provincia di Padova. Oggi avete diverse sedi estere.

«Sì, dalla Francia al Regno Unito: 300 dipendenti in tutto, più di 200 milioni di confezioni vendute. Sono ormai quattro i nostri poli esteri, per ora tutti in Europa: in Francia e Regno Unito, ma anche in Germania, si tratta di filiali commerciali, in Spagna è una filiale produttiva. E il nostro mercato in tutti questi Paesi sta crescendo malgrado la pandemia prima e l'inflazione poi che hanno messo alla prova anche la nostra azienda. Come impresa alimentare non ci siamo mai fermati durante il Covid, ma sono stati mesi impegnativi per l'organizzazione. Eppure abbiamo continuato a innovare cercando di assecondare il mercato perché la ricetta è non fermarsi, studiare i consumatori e innovare sempre. Per l'inflazione abbiamo lavorato di concerto con i fornitori in modo da trovare con i clienti soluzioni win win. E il nostro Pesto plant based è stato riconosciuto prodotto dell'anno».

Dai sottoli al pesto fino ai sughi

Marchi storici
La prima vetrina F.lli Polli, in via Broletto a Milano



pronti che da soli coprono oltre la metà del business (55%). Passando per nuove linee di legumi, una linea di condimenti Plant based per un target più attento e salutare e un'altra di Squeazy Pesti, con la confezione da spremere. Prossimo passo?

«Tutto il fresco, a partire dai ready meals, dai piatti pronti è una grande opportunità che stiamo valutando».

do, sempre restando fedeli al nostro dna "vegetale"».

La sostenibilità è un altro faro che guida lo sviluppo del gruppo. Nel 2021 la F.lli Polli ottiene la certificazione di Filiera controllata del basilico. Quali progetti avete per il futuro?

«La sostenibilità, non solo ambientale ma anche quella a 360 gradi che abbraccia sociale e governance, è un impegno che portiamo avanti da sempre. Quest'anno lo abbiamo tradotto per la prima volta in un bilancio di sostenibilità che presenteremo a fine anno. Non solo il bilancio però, l'idea è di investire sempre di più in direzione green con un obiettivo Carbon Neutral che ci siamo prefissati di raggiungere entro fine 2024».

Con quali investimenti nel piano industriale?

«Abbiamo stanziato investimenti pari a 2 milioni e 800 mila euro tra il 2023 e il 2024».

A proposito di numeri, con quanto ha chiuso il 2022?

«Con 145 milioni di euro di fatturato per il 75% generato all'estero dove i nostri sughi, il pesto soprattutto, continuano a crescere a doppia cifra».

Tempo di allargare lo sguardo Ol-



Le vendite dei nostri sughi stanno salendo a doppia cifra, soprattutto il pesto Crescimo in Francia, Uk, Germania e Spagna

treoceano?

«In effetti nel nuovo piano quinquennale, appena concordato con l'amministratore delegato, abbiamo messo come obiettivo anche l'apertura di una sede commerciale e di un centro produttivo negli Usa. Idealmente sulla Costa Est che ha forse più affinità con il nostro prodotto, la cucina italiana, ma mai dire mai anche per la costa Ovest. È una grande sfida il mercato americano ma siamo pronti per affrontarla».

Curiosità: come si lavora al femminile? La vostra è una sesta generazione tutta rosa.

«Ci siamo sempre complete molto bene tra noi, lo seguio lo sviluppo commerciale estero e in generale corporate strategy e sviluppo, Claudia è più focalizzata sui clienti italiani mentre Maddalena non ha un ruolo operativo in azienda».

E quell'idea di ripartire con la Bottega Polli?

«È il sogno, di ritornare a vendere con alcune boutique in selezionate città, direttamente ai nostri clienti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA