

13 aprile 2016



Polli®

1872

**Fatturato da 75 milioni
L'export batte l'Italia**

Il gruppo Polli fattura 75 milioni. L'export pesa per il 55% mentre fino a dieci anni fa l'80% del mercato era italiano. L'azienda nata a Milano 144 anni fa conta 200 lavoratori e tre stabilimenti di cui uno in Spagna specializzato nella produzione di olive.

Da bottega milanese a industria Polli, la sesta generazione scommette su estero e aperitivi

Nel 1872, Fausto Polli inaugura un'attività di alimentari a Milano. Dal 1919 la piccola realtà commerciale è cresciuta fino a diventare un'impresa leader nelle conserve.

Luca Balzarotti
MILANO

«C» DI COSTANZA, coraggio, capacità. Manuela Polli, responsabile marketing e figlia del presidente del gruppo di famiglia nato in una bottega alimentare di Milano 144 anni fa, le snocciola come uno dei consigli di papà Marco, dal 1969 in azienda. «Fu lui ad avere, tra le altre, la grande intuizione di entrare nel settore dei pesti e dei condimenti a inizio degli anni 2000», ricorda una delle due figlie che insieme alla cugina rappresenta la sesta generazione del gruppo Polli. Tre giovani donne, poco più che trentenni, continuano a scrivere la storia iniziata nel

1872 a Milano. Polli non ha perso le radici milanesi, nonostante dal 1919 lo stabilimento produttivo principale si trovi in provincia di Pistoia (27mila metri quadrati) alimentato da quello di Eboli (Salerno) dove vengono raccolte le materie prime (verdure) dai campi e sottoposte a una prima lavorazione. «Posso dire di essere nata e cresciuta a Milano, dove si trovano gli uffici in via Sardegna», racconta Manuela Polli. «Quegli uffici erano la seconda casa. Non c'era giorno in cui non passavo a salutare mio padre, tanto che a scuola quando tutti volevano fare i calciatori o le ballerine io non avevo dubbi: volevo proseguire il lavoro di papà, per me era quello che faceva sottoli e sottaceti». La sesta generazione dei Polli ha iniziato nel 2008. «Ma mio padre - spiega Manuela - è ancora presente a tutti gli effetti in azienda. Da poco meno di un anno ha fatto un passo indietro: mi piacerebbe che tra qualche decennio anche la sesta generazione tutta ai femminili venisse ricordata per qualche intuizione importante come quelle che hanno caratterizzato l'operato di mio padre. Di certo non perderemo l'attenzione alle persone e la gestione familiare che ha

Fu mio padre ad avere la grande intuizione di entrare nel settore dei pesti e dei condimenti all'inizio degli anni 2000

Manuela Polli
Gruppo Polli

da sempre caratterizzano la nostra azienda».

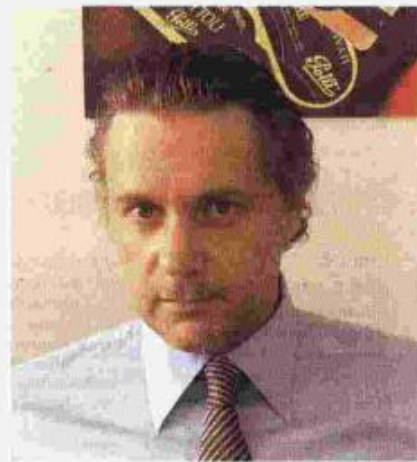
OGGI IL GRUPPO Polli fattura 75 milioni. L'export pesa per il 55% grazie alla distribuzione in oltre 40 paesi, «mentre fino a dieci anni fa l'80% del mercato era italiano», sottolinea Francesco Canè, amministratore delegato dallo scorso settembre. «Il segreto della crescita continua di questo gruppo si legge nelle corrette politiche commerciali e industriali: negli anni 2000 la presidenza ha capito che la categoria sottoli e sottaceti era saturata e ha pensato di investire in nuovi prodotti come salse e pesto. Lo sviluppo di un segmento differente accanto alla forte spinta internazionale ha portato ottimi risultati».

Dei 70 milioni di vasetti prodotti all'anno, più di 40 sono condimenti per primi piatti. «Polli controlla l'intera filiera, dal campo alla tavola. Controlliamo l'approvvigionamento della verdura fresca che viene trattata a Eboli e a Monsummano Terme», spiega l'ad. «Il gruppo ha aperto anche uno stabilimento in Spagna specializzato nella produzione di olive. Selezioniamo gli agricoltori e ci affidiamo a una rete di agrono-

mi che in alcuni casi, come il basilico utilizzato per i pesti, decide quando autorizzare il taglio della pianta. La verdura viene tagliata, lavata e messa nei vasetti ancora fresca». Il futuro del gruppo Polli (200 dipendenti) guarda sempre più all'estero. «Siamo in trattativa per creare una joint venture con società americane e stiamo investendo in aree come Cina e Thailandia dove si cerca il prodotto italiano», anticipa Canè. «Polli può contare su un Osservatorio che verifica gli apprezzamenti del consumatore e i settori in crescita. Uno di questi è il segmento degli aperitivi e dei "free from" (per gli allergici, ndr); proprio in questi giorni stiamo lanciando sul mercato nuove linee di prodotti per bruschette e per vegan».

LA NUOVA LINEA RDSA

Manuela Polli direttore marketing del gruppo di famiglia. Con la sorella e la cugina ha seguito le orme del padre



Francesco Canè, amministratore delegato