

L'AZIENDA POLLI COMPIE 100 ANNI, LA MANAGER: «RILANCIAMO IL MARCHIO E TENIAMO D'OCCHIO GLI USA»

Monsummano: ecco le strategie di F.lli Polli, leader nelle conserve vegetali. Il trasferimento della fabbrica a Cintolese è stato accantonato, ma Monsummano rimane centrale

MONSUMMANO. I programmi sono ambiziosi. E Monsummano non resta per nulla sullo sfondo. Il party di giovedì sera nel piazzale d'ingresso, con dipendenti e manager, palloncini bianchi lanciati in aria a fine serata, alla Fratelli Polli lo intendono in due modi: la festa per i 100 anni dello stabilimento di via Battisti, l'occasione per avviare il rilancio del marchio in una data simbolo, precise strategie. Storia, presente, futuro. Il nuovo corso dell'azienda agroalimentare, leader nelle conserve vegetali, ha il volto e la mente di tre donne, sesta generazione della famiglia Polli, che è milanese di estrazione. Maddalena, 37 anni, responsabile Business Unit per il Food Service (tutto ciò che non è grande distribuzione), Manuela, 36 anni, responsabile Strategia e Sviluppo, Claudia, 35 anni, responsabile commerciale Italia. È sulle loro spalle l'impresa più grande della Valdinievole. Dottoressa Manuela Polli, partiamo dalla fine: avete sempre nei progetti il trasferimento del sito produttivo di via Battisti di fianco al magazzino inaugurato nel 2017 lungo la variante del Fossetto, a Cintolese? «Per ora questo investimento è in stand by, lo abbiamo accantonato. Il motivo è l'acquisizione a inizio 2019 del brand e dello stabilimento Valbona vicino a Padova, un'operazione che ha salvato 93 posti di lavoro e ci ha permesso di incrementare la capacità produttiva, che oggi a Monsummano è esaurita». Quindi non investite più in città? «Assolutamente. Noi siamo fedelissimi alla sede di via Battisti, qui c'è il cuore nevralgico del gruppo. Ci sono gli uffici, il commerciale, il marketing, qui c'è l'amministratore delegato, io vengo a Monsummano una volta alla settimana». E allora sono cambiate le strategie di sviluppo della Polli? «Con Valbona in nostro possesso, avvieremo un processo di riorganizzazione della produzione, per rivedere i flussi di movimentazione delle merci e del prodotto finito, per rendere più gestibile la situazione di Monsummano, che è già migliorata con l'apertura del nuovo magazzino». Si spieghi meglio. «La nostra idea è quella di specializzare il sito di via Battisti nella produzione di salse, conserve, sughi per pasta come il pesto, che è di sicuro quello più commercializzato e venduto, è una delle poche parole che in tutto il mondo non ha traduzione. I 110 milioni di pezzi che produciamo all'anno, per metà sono di pesto. Negli altri stabilimenti, a Eboli, a Estorino in Spagna e a Lozzo Atestino in provincia di Padova, vorremmo produrre solo sottoli, sottaceti, vaschette di olive». Questo per quanto riguarda la produzione. E quali sono le prospettive di crescita del gruppo? «Abbiamo nel mirino gli Stati Uniti, ma è ancora prematuro aprire negli Usa una filiale commerciale, facciamo appena 1 milione di euro di fatturato. Vogliamo rilanciare anche il brand in Italia, è considerato un mercato ormai maturo ma secondo noi ci sono ottime potenzialità da poter sfruttare. Poi c'è da sviluppare il Food Service, ovvero il servizio a bar, ristoranti e altre aziende per unire i loro prodotti ai nostri. Puntiamo poi sull'e-commerce, sulle vendite online, sulla piattaforma Amazon: è un segmento su cui ancora non siamo presenti con forza ma che è in grande crescita. È anche per raggiungere questi obiettivi che nel 2015 abbiamo scelto di affidare a un manager esterno l'azienda, l'ad Marco Fraccaroli, ex di Granarolo». Quali sono i numeri della Fratelli Polli? «Abbiamo 100 dipendenti a Monsummano, 50 a Eboli, 15 in Spagna, a cui si sono aggiunti i 93 di Padova. Durante il periodo estivo, periodo di massima produzione, con gli interinali raggiungiamo i 300 dipendenti. Il gruppo oggi ha un fatturato di 80 milioni di euro, la previsione per il 2019 è raggiungere i 110 milioni grazie a Valbona. Con il programma triennale fino al 2021, puntiamo ai 130 milioni di euro. Serviamo 45 paesi del mondo, soprattutto tramite la grande distribuzione, e abbiamo filiali commerciali in

Germania, Francia e Gran Bretagna, che sono i tre mercati esteri più importanti per noi, che da soli fanno più della metà del nostro attuale fatturato». Dottoressa Polli, chiudiamo con l'inizio: come mai Giuseppe Polli, da Milano, nel lontano 1919 acquista lo stabilimento di Monsummano, una vecchia fabbrica che produceva carne in scatola da mandare al fronte durante la prima guerra mondiale? «C'era una convenienza economica, sicuramente. Ma la convenienza è stata anche da un punto di vista logistica: le materie prime, infatti, arrivavano tutte dalla Toscana e dalle regioni del sud Italia, Monsummano è luogo baricentrico, lo è tutt'oggi».

[L'AZIENDA POLLI COMPIE 100 ANNI, LA MANAGER: «RILANCIAMO IL MARCHIO E TENIAMO D'OCCHIO GLI USA»]