

INDUSTRIE ALIMENTARI

1 Giugno 2018

Crescita a doppia cifra per la Fratelli Polli

Fratelli Polli, azienda toscana che da 146 anni produce conserve vegetali esportando la tradizione italiana in linea con i dettami della dieta mediterranea, 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.

Il fatturato ha quindi superato i 100 Mio di euro, di cui il 50% rappresentato dall'export in oltre 45

Paesi in tutto il mondo tra i quali spiccano Germania, Francia, Regno Unito, mentre fra i prossimi obiettivi di evidenziano Stati Uniti e Cina, due realtà dal grande potenziale commerciale.

Fra i player nazionali del mercato Fratelli Polli è stata l'unica a registrare un trend di crescita a doppia cifra sia a volume che a valore rispetto allo scorso anno, con cui è diventata, dopo le private label, il primo driver di crescita del mercato, apportando oltre +1,5 milioni di euro. Lo sviluppo della marca nella grande distribuzione è una del-

le priorità commerciali dei prossimi anni, così come mantenere l'impegno nella ricerca ed innovazioni e nelle politiche di espansione internazionale.

La rete produttiva di Polli, che segue la filosofia "dal campo alla tavola" resa 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 stati prodotti più di 100 milioni di vasi (+13,2%



INDUSTRIE ALIMENTARI

1 Giugno 2018

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, seguita 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.

Il 2017 è stato un anno ricco di novità per la gamma Rosso Polli, che ha visto il lancio di 16 nuove referenze. La crescita è stata sostenuta da un mix di prodotti innovativi e da una forte presenza sul mercato.

Crescita a doppia cifra per la Fratelli Polli

Il gruppo Fratelli Polli ha registrato una crescita del 12,2% nel primo quadrimestre del 2018 rispetto al periodo corrispondente del 2017. La crescita è stata sostenuta da un mix di prodotti innovativi e da una forte presenza sul mercato.

ACCORDO DI INTESA PER LA COMUNICAZIONE E LA PROMOZIONE DELL'ALIMENTARE ITALIANO

Il Consorzio Nazionale Promotore Alimento Italiano (CNPA) ha siglato un accordo di intesa con le associazioni di produttori di prodotti alimentari italiani per la promozione e la comunicazione dell'alimento italiano.

Il nuovo stabilimento della Maier Packaging, in linea con il trend di mercato che vira verso la naturalità.

Maier Packaging entra a far parte del gruppo Optima

Maier Packaging è stata acquistata dal gruppo Optima, che ha investito in nuove tecnologie e in nuovi prodotti per rispondere alle esigenze del mercato.

PUNTARE SUL VALORE DELLA STORIA E DELLA TRADIZIONE PER AVERE SUCCESSO

Il successo di un'azienda alimentare dipende dalla sua storia e dalla sua tradizione, che sono i fattori che la rendono unica e competitiva.

