



CAMPAGNA 2019 POMODORO MUTTI: 100% RACCOLTA MECCANIZZATA, 100% CONFERITORI ETICAMENTE CERTIFICATI NEL SUD ITALIA E UN NUOVO SISTEMA DI ASCOLTO PER SEGNALAZIONI ANONIME

Eccellenti i risultati del primo semestre 2019 per l'azienda di Parma: fatturato in crescita del 13%, a doppia cifra sia in Italia (+10%) che all'estero (+22%).

Parma, 7 agosto 2019 – È partita da pochi giorni la campagna di raccolta e trasformazione del pomodoro 2019, periodo decisivo per l'Azienda che da 120 anni si dedica al pomodoro 100% italiano e proveniente da aree certificate.

Mutti è il primo e unico attore presente nel Sud Italia, tra i maggiori gruppi del settore, ad avere raggiunto, già dal 2018, la totale conversione alla **raccolta meccanizzata su tutte le tipologie di pomodoro** che trasforma, eliminando così alla radice il rischio di ricorrere a manodopera non in regola. Non solo: a partire da questa campagna l'azienda ha raggiunto anche l'ambizioso obiettivo di collaborare, sempre nel Sud Italia, esclusivamente con conferitori certificati dal punto di vista etico. Infine, in linea con i valori che da sempre accompagnano l'azienda e per rafforzare il proprio impegno nel contrastare l'insorgere di qualsiasi fenomeno di illegalità o comportamento non etico, sempre a partire dal 2019 è stata attivata la "Linea d'ascolto Mutti": un sistema proprietario di segnalazione aperto al pubblico e in tempo reale che garantisce massima tempestività di reazione da parte dell'azienda e massima riservatezza per il segnalante.

"Con la campagna 2019" - annuncia **Ugo Peruch, Direttore Agricolo di Mutti SpA** - "arriva al **100% anche la** garanzia, che Mutti richiede ai suoi conferitori, di **mano d'opera certificata** per contrattualizzazione e condizioni etiche. Non solo: abbiamo attivato in questi giorni anche un nuovo **sistema di ascolto** per segnalazioni anonime in caso di **comportamenti** apparentemente non conformi che vengono accolte ed esaminate nel giro di pochi giorni dall'ente competente".

Durante la scorsa campagna il Gruppo ha trasformato **540 mila tonnellate di pomodoro fresco**, di cui 285 mila nello stabilimento di Parma (che accoglie pomodoro coltivato prevalentemente in Emilia-Romagna e, con quote minori, in Lombardia, Veneto e Piemonte), 205 mila a Collecchio e 50 mila a Oliveto Citra (dove viene conferito pomodoro coltivato principalmente nella provincia di Foggia e, in misura minore, in Basilicata e Campania).

Mutti collabora con quasi **700 aziende agricole**, con cui mantiene rapporti di lungo periodo. Di queste, circa **440** conferiranno il pomodoro allo stabilimento di Montechiarugolo (PR) e più di **250** a Fiordagosto, il sito produttivo di Oliveto Citra in provincia di Salerno dedicato alle specialità tipiche del Sud, come i pelati e i pomodori ciliegini.

Anche quest'anno **sono numerose le assunzioni di personale stagionale** all'interno degli stabilimenti: **oltre 1100 nuove assunzioni** di persone formate qualificate per seguire con cura tutte le fasi del processo e nell'eseguire rigorosi controlli di qualità, suddivise tra i tre stabilimenti nel Nord e nel Sud Italia.

Un impegno e un investimento continuo dunque in qualità, innovazione, etica e trasparenza che permette all'azienda una crescita continua. Raggiunto nel **2018 un fatturato netto** consolidato di **308 milioni di euro**, in progresso del 16.7% rispetto all'anno precedente, **anche il primo semestre 2019**



registra una performance eccellente, con una crescita a livello globale del 13%, risultato di una performance “double digit” sia in Italia (+10%) che all’estero (+22%).

In Italia, la quota a valore di Mutti da gennaio a giugno 2019 sul mercato dei **derivati del pomodoro** si attesta al **30,3%** (+1,2 punti rispetto allo stesso periodo 2018), una quota più di 3 volte superiore a quella del primo concorrente. Grazie a questi risultati Mutti non solo consolida la propria leadership ma diventa la marca che più cresce in quota tra le prime 10 del mercato italiano. Molto positiva anche la performance sui **sughi** a base pomodoro, dove la quota a valore arriva al **12,5%** (+1 punto rispetto al 2018) e dove la Salsa Datterini si conferma la referenza più venduta del mercato.

Un primo semestre ricco di grandi risultati anche all’estero. In **Francia** la marca rafforza la propria leadership e vede la propria quota valore crescere di 1,1 punti, assestandosi al 14%. Continua la crescita in **Norvegia** - dove Mutti è leader con una quota a valore del 21,4% (+1,5 punti rispetto al 2018) - e in **Svezia** - dove la marca raggiunge una quota valore del 17,8% (+3 punti rispetto al 2018). Risultati che consolidano ulteriormente la leadership europea della marca nel comparto rosso (con una quota a valore nel 2018 del 10,6%).

“Questi risultati confermano la crescita costante che il Gruppo sta registrando in Italia e in Europa. Attestano soprattutto come la ricerca della qualità, l’impegno verso il territorio, non solo preservandolo ma favorendolo attivamente in termini di innovazione, e la volontà di valorizzare sempre l’impegno degli agricoltori possano portare a un pomodoro che sappia esprimere l’eccellenza dell’identità alimentare italiana e trasferire al consumatore precisi parametri di trasparenza e responsabilità di filiera” - commenta **Francesco Mutti, Amministratore Delegato di Mutti SpA.**

Per ulteriori informazioni: www.mutti-parma.com

Ufficio stampa Mutti - Edelman:

Davide Sicolo – Davide.Sicolo@edelman.com

t: +39 02 63116.1 | m: +39 347 6712149

Rossella Camaggio – Rossella.Camaggio@edelman.com

t: +39 02 63116.228 | m: +39 348 3001325