



## USCIRE DALLA CRISI

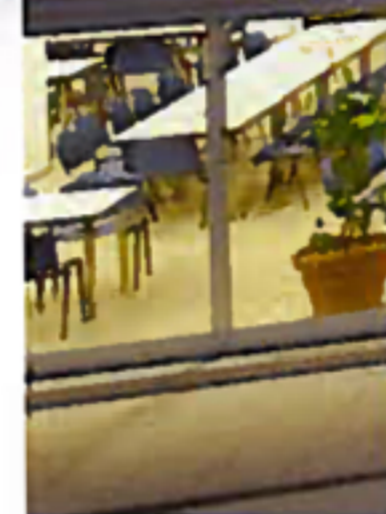
Qualità  
e rispetto

Vito Gulli è presidente di Generale Conserve, l'azienda che produce e distribuisce il tonno "ASDOMAR".

Negli anni della crisi economica mondiale, Gulli ha investito in impianti, in tecnologia e in manodopera, trasformando Generale Conserve da società di distribuzione a industria di produzione con 120 milioni di fatturato.



VITO GULLI



Da 20 a oltre 120 milioni di euro di fatturato, da azienda di distribuzione a industria: questa, in dieci anni, l'evoluzione di Generale Conserve, leader di mercato nella produzione di tonno premium con il marchio ASDOMAR. La guida Vito Gulli, principale artefice della trasformazione dell'azienda e promotore della coraggiosa politica di investimenti che ha consentito a Generale Conserve di continuare a crescere nonostante la grave crisi economica e dei consumi.

«Generale Conserve nasce come società di distribuzione - spiega il presidente Gulli -, il passaggio alla produzione è stato graduale. Abbiamo cominciato nel 2006, rilevando in Portogallo l'azienda ittica di un nostro importante fornitore, che si trovava allora in grosse difficoltà economiche. Così facendo, abbiamo salvaguardato il posto di lavoro dei 180 dipendenti e, allo stesso tempo, ci siamo assicurati la fornitura del prodotto. Nel 2008, abbiamo acquistato gli impianti di uno stabilimento a Olbia, che aveva cessato

l'attività mettendo in cassa integrazione quasi 200 operai. L'anno successivo, nelle adiacenze, abbiamo costruito, su un terreno di nostra proprietà di 33mila mq, un nuovo stabilimento, tra i più grandi e tecnologicamente avanzati d'Europa: 21mila mq coperti, dove oggi lavorano 250 persone. Abbiamo sostituito alla parola "fine" la parola "speranza", investendo, in un periodo di crisi italiana e mondiale, 20 milioni di euro, tra edifici e impianti, senza alcun contributo pubblico, nonostante le molte promesse. Credo sia giusto che un imprenditore debba investire indipendentemente dall'aiuto pubblico, ma sarebbe auspicabile che chi offre opportunità di lavoro, con investimenti propri, fosse agevolato nel farlo». Sulla delusione per l'indifferenza delle istituzioni ha poi avuto il sopravvento l'orgoglio di aver fatto tutto con le proprie forze, di aver contribuito a non disperdere un patrimonio di conoscenze legate a quel territorio. «Il tessuto imprenditoriale italiano - osserva Gulli - è caratterizzato dalla diffusa presenza di pic-



cole e medie aziende, spesso raggruppate in "poli di esperienza", come quello di Prato, per esempio. Olbia poteva vantare 50 anni di storia industriale e un'esperienza nella lavorazione del tonno che si tramandava da tre generazioni. Qui abbiamo saputo unire la tradizione all'innovazione tecnologica».

In questi ultimi dieci anni Generale Conserve ha continuato a investire in qualità, in sostenibilità e in sicurezza. «Qualità, sostenibilità e sicurezza - sottolinea Vito Gulli - fanno riferimento a un caposaldo dell'etica, che è il rispetto. Rispetto per i consumatori, ai quali offriamo un prodotto di alto livello ma con un corretto "value for money". Ricordo che siamo tra le poche aziende che producono totalmente da tonno intero, riservando ai consumatori i pezzi migliori, i più integri, e destinando le parti di minor pregio alla produzione di cibo per gatti, presso la nostra unità petfood di Olbia, e gli scarti alla produzione di farina di pesce. E poi rispetto per l'ambiente, pescando

e lavorando il pesce secondo criteri di sostenibilità. Ma non basta: ASDOMAR è anche certificata "Friend of the sea", l'unico schema di certificazione «davvero indipendente - precisa Gulli -, perché non è legato ad alcuna realtà industriale, come invece avviene per altre "ecolabel", e a sua volta utilizza enti certificatori internazionali indipendenti». "Friend of the sea" certifica che il tonno venga pescato in oceani che non siano sovra sfruttati, con metodi il meno invasivi possibile e preservando le specie di pesci a rischio di estinzione. Infine, ma non per questo meno importante, rispetto per i lavoratori, con i quali condividiamo i valori e i principi riconosciuti dallo standard Sa8000».

"La qualità e il rispetto" è anche il claim della nuova campagna di comunicazione di ASDOMAR: due parole che riassumono le "buone pratiche" dell'azienda e che oltre 4 milioni di famiglie hanno già dimostrato di saper apprezzare. ■ (P.P.)