

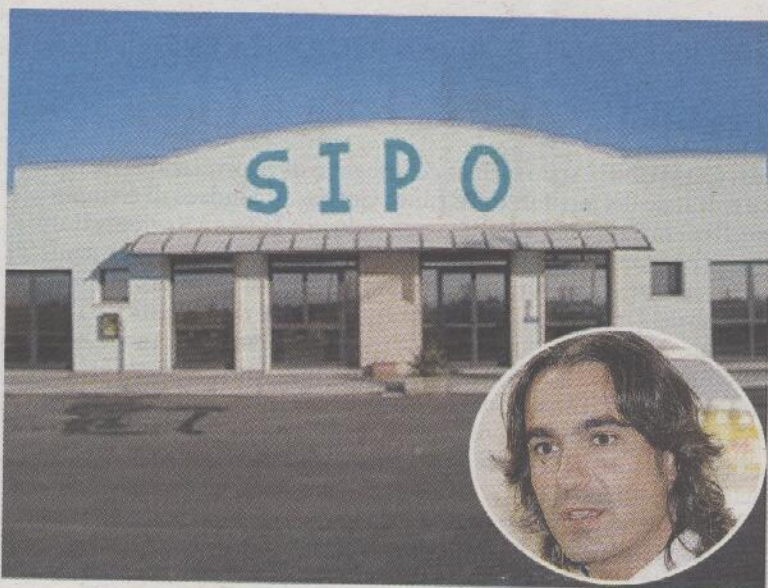
# Bellaria Igea Marina

**L'INTERVISTA** MASSIMILIANO CECCARINI, MANAGER DELLA SIPO

## L'azienda che sconfigge la crisi puntando su verdure e tanta qualità

**UN'AZIENDA** bellarese che sconfigge la crisi con la vendita di prodotti nei mercati esteri. E' la scelta di Sipo, che opera nel settore agroalimentare dalla fine degli anni 50, con sede a Bellaria da circa otto anni.

«Nonostante la crisi tentiamo di difenderci — racconta Massimiliano Ceccarini, development manager — abbiamo scelto di sviluppare la sede qui in città per l'opportunità offerta nell'insediamento produttivo di via Fermignano». Sipo ha clienti in tutta Italia, ma anche nei Paesi del Nord Eu-



L'azienda Sipo e il suo development manager, Massimiliano Ceccarini

### L'ESTERO

**Moltissimi clienti sono nel Nord Europa, ma l'impresa punta anche ai Paesi arabi**

ropa e dell'area Baltica. Il 10% della sua clientela è infatti straniera. «Dalla Scandinavia alla Russia — continua Ceccarini — stiamo puntando a questi mercati, perché so-

no zone ad alto potere d'acquisto. Si tratta di Paesi freddi, dove è difficile produrre ortaggi e frutta. Per la gran parte dell'anno devono importare dall'estero e il made

in Italy è sempre una garanzia». L'internazionalizzazione paga. Solo nel 2012, la Sipo ha registrato un +4 per cento di fatturato, rispetto all'anno precedente. E ha

mantenuto e garantito a tutto l'organico il posto di lavoro. Gli obiettivi di Sipo non finiscono qui. «Vorremmo proporci anche all'area del Golfo, nei Paesi arabi, dove c'è il problema opposto all'area balcanica: il deserto e la mancanza di terreni adatti alla produzione agroalimentare», confida Ceccarini. L'azienda punta a sviluppare sempre di più prodotti di nicchia per l'estero: verdure fresche lavate e pronte all'uso, funghi confezionati già tagliati, ma anche erbe aromatiche, insalate e ortaggi a pianta intera e porzionati, spremute di frutta. E una particolare attenzione viene data al settore biologico.

«Rispetto all'Italia, dove la gente con questa crisi è diventata più diffidente ed è molto attenta all'acquisto — dichiara Ceccarini — all'estero per fasce di reddito medio-alte si investe molto sull'alimentare. Sono tutti molto attenti ai prodotti, soprattutto biologici. E abbiamo una vasta gamma di offerte».

Rita Celli