



Martedì 28 Marzo 2017

L'APPROFONDIMENTO

Ceccarini (Sipo): «Ortaggi, l'export è un investimento»

Da nove anni alla guida di Sipo, azienda orticola attiva nei segmenti del fresco e della quarta gamma con sede a Bellaria Igea Marina (Rimini), **Massimiliano Ceccarini** commenta per Italiafruit News l'attuale contesto di mercato, tra nuovi trend e vecchi problemi.

“Abbiamo chiuso il 2016 piuttosto bene – inizia il managing director di Sipo, che lavora fianco a fianco con la sorella Simona, responsabile amministrativa – con un **+4,5% a volume e a valore**, frutto di una strategia di internazionalizzazione a medio-lungo termine, messa a punto qualche anno fa e della quale vediamo ora i primi risultati”.

Si parte da una **vision semplice e lineare**: valorizzare i migliori ortaggi coltivati nelle zone più vocate del territorio italiano, in particolare della Romagna. “Lavorare con l'estero – spiega Ceccarini – permette di fare **programmazione**, aspetto fondamentale per chi deve affrontare il rischio imprenditoriale. I rapporti commerciali sono razionali e mirati alla standardizzazione dell'offerta, che deve essere declinata per categorie, esposizione e così via”.

“In un'annata complicata come questa - continua il manager romagnolo - con i danni dovuti al maltempo che hanno quasi azzerato le forniture di alcuni ortaggi per mesi, se non sei organizzato non puoi rispettare gli impegni. All'estero e in Italia, che resta il nostro mercato di riferimento. Programmare la produzione, dunque, oggi significa **rispettare la stagionalità, ma anche tenere in considerazione i mutamenti climatici**”.

Il percorso lavorativo di Ceccarini ha seguito una direzione non consueta: dallo sviluppo commerciale è passato a quello delle coltivazioni, perché “solo dalla completa conoscenza delle verdure a pieno campo, in primo luogo di quelle a foglia larga - dice - potevo **rafforzare la produzione aziendale e renderla più competitiva**. Altrimenti, saremmo rimasti semplici commercianti”.

“Poi, insieme alla qualità della materia prima, abbiamo curato confezione e presentazione ed è nato **Verdure di Romagna**, il marchio con il quale ci proponiamo sul mercato con un’offerta differenziata e prodotti ad alto contenuto di servizio. Oggi - aggiunge Ceccarini - stiamo assistendo a una grande evoluzione dei punti vendita, nel banco frigo arrivano zuppe, burger, flan e i confini tra un reparto e l’altro diventano sempre più sottili. Per questo motivo, dobbiamo **trasmettere messaggi lineari e chiari**. Io stesso, come operatore, sono dubbioso. Perché forse il **problema non è avere più spazio**, ma razionalizzare quello che abbiamo. E penso che in futuro i prodotti servizio saranno sempre più nicchie di eccellenza, mentre la prima gamma acquisterà importanza, se presentata con gusto e collegata alla ricchezza di sapore, al territorio, ai marchi Dop e Igp”.



nuovi trend di consumo possono aiutare a capire il **futuro dell'ortofrutta**. “Il veganesimo e il vegetarianesimo stanno crescendo a ritmi costanti, ma è **difficile oggi pensare a un reparto vegan** che comprenda fresco, cotto, congelato. Non siamo pronti per questa rivoluzione. D'altra parte, non vedo facile nemmeno un ritorno all'offerta suddivisa per stagionalità, filiera corta o aree vocate, se non per i prodotti a elevato contenuto di servizio. Anche la **frutta secca** acquista sempre nuovi spazi, ma come consumatore vorrei tenere separato il prodotto fresco da quello processato”.

“Insomma - osserva Ceccarini - dobbiamo capire se per il consumatore frutta e verdura fresca semplicemente fanno bene, sono una filosofia di vita o, addirittura, uno *status symbol*. Perché, se non è una moda, dobbiamo completamente rivedere le aree di

vendita”.

“Se penso ai convegni sulla quarta gamma di 15 anni fa, però, vedo che le cose sono cambiate – conclude Ceccarini – Il nostro settore sta ringiovanendo, sviluppando nuovi progetti e, anche se l’approccio è ancora molto soggettivo e a volte poco logico, cerca di capire e **anticipare le nuove esigenze d’acquisto**”.

Copyright 2017 Italiafruit News



Raffaella Quadretti

Editorial Manager

Agroter

raffaella@agroter.net

© *Italiafruit News. Tutti i diritti riservati.*