

## Ceccarini (Sipo): "Serve una nuova programmazione, sia in campo che sugli scaffali"

2 novembre 2018. Aggiungi un commento



Autore [Alessandro Franceschini](#)

I cambiamenti climatici incidono in campo, ma anche sulle preferenze di consumo. "Difficile pianificare come un tempo. Tutta la filiera dovrebbe lavorare insieme" ci spiega l'imprenditore romagnolo

Nella vita di un imprenditore il cosiddetto "rischio d'impresa" fa, ovviamente, parte integrante del gioco e nel caso di chi opera nel mondo dell'agricoltura si unisce anche la variabile **meteo**. Aspetto, naturalmente, fondamentale non solo quando si verificano eventi catastrofici come quelli che stanno caratterizzando, purtroppo, la penisola negli ultimi giorni, ma anche quando **sconvolgono l'assetto stagionale classico**, e con esso anche i **consumi** alimentari.

«Le condizioni climatiche sicuramente non aiutano più il nostro settore» ci spiega **Massimiliano Ceccarini**, general manager di **Sipo**, terza generazione al timone dell'azienda romagnola di famiglia a Bellaria Igea Marina in provincia di Rimini, ormai nota nel settore anche per le sue scelte produttive che mirano a valorizzare prodotti non solo di stagione, ma anche di territorio, recuperando nicchie tipiche e circoscritte a determinati areali.

Faccio un esempio, ma ce ne sono molti altri: adesso siamo in piena raccolta dei nostri cardi, ma in questo momento il mercato non li richiede. Sono un prodotto tipicamente invernale, ma ci sono ancora quasi 20 gradi. Le mutazioni climatiche, che oramai si susseguono ogni anno, fanno saltare i nostri programmi e per un'azienda come la nostra che pianifica con sei mesi di anticipo il raccolto questo è un problema sempre più grave».

E se il clima cambia, va cambiata anche la **programmazione** sia in **campagna** che con la **distribuzione**. «I danni in campagna, ma anche le temperature anomale e alte di questo periodo non aiutano i consumi per chi si occupa di ortaggi come noi, perché le famiglie non sono incentivate ad acquistarle. Questo vale per il cardo, ma anche per le erbe aromatiche, i radicchi e i prodotti in foglia».



Se un tempo **pianificare le produzioni in base allo storico dell'anno precedente** aveva un senso compiuto, oggi, paradossalmente, questo approccio rischia invece di **amplificare** ulteriormente il rischio d'impresa. «La distribuzione, inoltre, non si vincola più come un tempo nel fare programmi dal punto di vista della quantità, siano esse per ctaro o peso».

A cascata, **anche gli investimenti sul fronte del packaging**, magari su linee di prodotto molto performanti come ad esempio quella dei funghi, uno dei fiori all'occhiello della produzione di Sipo, possono comunque destare qualche preoccupazione in più rispetto al passato. «Il vassoio in cartoncino con il quale usciremo su tutta la linea dei funghi a breve costa praticamente il triplo rispetto alla plastica. È una scelta per l'ambiente, è riciclabile, è anche più bello». Scelta rischiosa? «In questo momento sì, ma noi ci crediamo».

**La soluzione?** Non semplice da trovare.

«Sicuramente dobbiamo instaurare sinergie con enti ed istituzioni che studino i cambiamenti climatici e ci diano supporto per cambiare i piani di produzione. Dobbiamo abituarci che forse a febbraio nevica e che l'inverno dura solo un mese e, ancora, che l'estate viene posticipata e arriva fino a novembre».

Infine, la filiera «I tavoli sono separati, vanno invece uniti. Questo per andare incontro ai cambiamenti climatici, ma anche per combattere tutti insieme la concorrenza sleale fatta con prezzi più bassi che vengono dall'estero, per proteggere le nostre tipicità e puntare sulla vera tracciabilità. Insomma, bisogna fare sistema».

Argomento, quest'ultimo, non certo nuovo ma che, evidentemente, spesso rimane confinato solo ai dibattiti che si fanno nelle tavole rotonde e nei convegni. Fuori, poi, è tutta un'altra storia.

**SIPO**