



STIPA: EMOZIONI VERTICALI IN ALLESTIMENTO

STIPA rappresenta una delle aziende leader italiane nel panorama dell'exhibit design. In attesa di festeggiare, il 29 novembre prossimo, l'inaugurazione della nuova sede milanese, abbiamo incontrato Sandro Stipa, Amministratore Delegato della Società

di Antonella Majocchi



IN ALTO ESTERNO DELLA NUOVA SEDE MILANESE, LA CUI INAUGURAZIONE AVVERRÀ IL 29 NOVEMBRE PROSSIMO. **SOPRA** SANDRO STIPA, AMMINISTRATORE DELEGATO DELLA SOCIETÀ. **IN BASSO** ALLESTIMENTO STIPA PER IL PARCO TEMATICO D'OLTREMARE.

STIPA SRL

Via 234a N° 5

Z.I. Campolungo

63100 Ascoli Piceno

Tel. +39.0763.402124

Fax +39.0736.402935

Nuova sede di Milano:

Via A. De Gasperi, 101 - Rho (MI)

www.stipa.it

info@stipa.it



Dott. Stipa, quando nasce la vostra azienda?

L'azienda nasce nel lontano 1967 nelle Marche, ad Ascoli Piceno, per volontà di mio padre, Pirro Stipa, attuale Presidente della Società.

Nel corso degli anni si è sviluppata, conoscendo una progressiva affermazione della propria dimensione industriale, finché negli anni 2000 ha avviato un'apertura verso il mercato estero, dapprima europeo e successivamente internazionale: oltreoceano (Stati Uniti) e Paesi dell'Est (Unione Sovietica).

Ci vuol delineare un breve profilo dell'azienda?

La nostra attività tocca diversi canali di *business*: una prima divisione è specializzata nella progettazione e produzione di allestimenti per stand, fiere, eventi, congressi, mostre; una seconda si occupa dell'arredamento per *showroom*, *corner* espositivi, negozi; una terza area è rivolta all'ideazione e realizzazione di impianti pubblicitari per la comunicazione esterna e, infine, una sezione grafica si impegna nella realizzazione di varie tipologie produttive a grande formato.

Il tutto gestito complessivamente, in quanto siamo in grado di curare l'intero ciclo di realizzazione dell'allestimento, dalla parte progettuale a quella organizzativa, garantendo al cliente un servizio globale ed assumendo il ruolo di referente principale per tutte le attività ed i rapporti operativi.

Quali settori merceologici abbraccia STIPA?

La nostra azienda annovera tra i suoi clienti aziende appartenenti ad ogni tipo di settore merceologico: Alimentare, Enologia, Tessile, Abbigliamento, Pelletteria, Calzaturiero, Oreficeria e Bigiotteria, Turistico, Nautico, Informatico, etc.

La nostra media è di circa 80 manifestazioni fieristiche all'anno, in Italia e all'estero.

Attualmente, qual è lo scenario italiano di questo comparto? Opportunità e difficoltà...

In un momento di recessione economica come quello che oggi stiamo vivendo noi non possiamo che ritenerci fortunati. Per di più, l'apertura delle frontiere e l'avanzamento di Paesi emergenti, come la Cina ad esempio, rappresentano per il nostro tipo di azienda motivi di opportunità.

Per quanto riguarda il mercato Italia, per noi che

puntiamo ad un target medio - alto, la difficoltà è più spesso rappresentata dalla fascia di mercato medio-bassa, poiché è sul medio che incontriamo la concorrenza (mi riferisco, ad esempio, alle numerose imprese artigiane). Fortunatamente, però, entrano in gioco altri fattori determinanti attraverso cui emergere: la nostra professionalità, l'esperienza, la qualità di offerta. Gli aspetti negativi? Si lavora sempre "just in time", ovvero con una dimensione molto spinta del periodo che intercorre dal contatto con il cliente alla consegna del lavoro.

Dott. Stipa, su cosa si fonda la vostra strategia aziendale?

Principalmente sull'essere innovativi riguardo sia le proposte sia le soluzioni, con un occhio vigile rivolto alle anticipazioni. E nell'offrire al cliente il giusto rapporto qualità / prezzo, l'affidabilità e la tranquillità. STIPA ha come obiettivo quello di trasformare i desideri del singolo cliente in progetti concreti, potenziandone, se possibile, l'immagine.

Il 29 novembre STIPA si appresta ad inaugurare la sua seconda sede a Milano, dopo quella storica di Ascoli Piceno...

Sì, è un passo molto importante per noi, di cui andiamo fieri. Sarà situata nelle vicinanze del nuovo polo fieristico milanese. Articolata in una vasta unità produttiva - con uno stabilimento operativo in tutti i suoi comparti e con tutti i reparti di lavorazione - e corredata dei propri uffici sia commerciali che tecnici, di progettazione e di logistica, la nuova unità nasce con l'intento di consolidare la presenza dell'azienda sul territorio nazionale, in particolare nel Nord Italia, e sul mercato mondiale. Ecco perché Milano! **||**

