

# Sabelli. Dall'Italia rurale al mercato globale

La straordinaria avventura della famiglia Sabelli inizia più di un secolo fa nel cuore dell'Italia centrale, in una terra di valori e tradizione. A Bojano, piccolo borgo rurale del Molise, **Nicolangelo Sabelli**, nel 1921, fonda il primo laboratorio caseario della famiglia. E così, tra passione e sacrificio il figlio **Archimede** impara ad amare un mestiere al quale si legherà a doppio filo. Negli anni '50, nel secondo dopoguerra è quest'ultimo a spostare la piccola attività familiare ad Ascoli Piceno. Qui, nel 1977 Archimede, affiancato dalla moglie Filomena (nonna Mena per gli attuali AD del gruppo), da piccolo artigiano diventa imprenditore industriale, costruendo lo stabilimento che ancora oggi sorge a Campolungo ormai in mano alla quarta generazione della famiglia. Negli anni '90 le figlie **Gioconda** e **Maria Grazia Sabelli**, insieme ai mariti **Ermanno Galeati** e **Marcello Mariani**, danno un ulteriore impulso all'azienda con la costruzione dei nuovi reparti per la produzione della burrata e della mozzarella per pizza aprendo la strada all'azienda di oggi che, rappresentata dai tre cugini **Simone** e **Francesca Mariani** e **Angelo Davide Galeati**, è uno dei leader nel settore lattiero-caseario italiano.

Il percorso di crescita della famiglia Sabelli è stato costellato di sfide e successi e da una continua espansione e i nume-



ri parlano chiaro. L'azienda marchigiana realizza nel 2023 un fatturato che supera i 148mio€, in crescita del +8.3% a valore e del 2% a volume. Un risultato importante, se commisurato alla contrazione dei volumi che a partire dalla seconda metà del 2022 si è registrato nei mercati in cui l'azienda opera. Questi i dati della Capogruppo, ma se consideriamo anche gli altri stabilimenti controllati, compresa l'ultima e più recente acquisizione dell'azienda "Stella Bianca srl", si arriva ad un fatturato complessivo di 320mio€ ed una gamma che si completa di un vasto assortimento di formaggi freschi e spalmabili. Il connubio fra rinnovamento e tradizione, la capacità di preservare le antiche ricette artigianali, tramandate di generazione in generazione, adattandole alle esigenze di un mercato



moderno; l'attenzione alla qualità, che inizia dalla selezione delle materie prime (come il latte di alta qualità proveniente da allevamenti locali) sono solo alcuni degli "ingredienti" del successo imprenditoriale della Sabelli.

Innovazione tecnologica (dalla l'automazione, passando per la robotica e l'Industria 4.0), efficienza energetica, benessere animale e ricambio generazionale sono i pilastri del progetto di filiera con cui l'azienda dà una risposta concreta alla sfida della sostenibilità ambientale, economica ed etica, coinvolgendo e incentivando gli allevatori più virtuosi.

Sabelli, infatti, ha lanciato il progetto "Il buono del bianco", un ampio e virtuoso progetto di valorizzazione della filiera lattiero-casearia italiana in un'ottica di

innovazione e miglioramento costante, che porta valore all'intera filiera lattiero-casearia italiana e costituisce un contributo concreto agli allevatori. In quest'ottica, la recente certificazione ItalyX è un «riconoscimento che rappresenta non tanto un traguardo, ma piuttosto un punto di partenza per ampliare ulteriormente la nostra presenza e visibilità sul mercato globale» affermano i vertici di Sabelli «oltre che essere un vero e proprio attestato della nostra dedizione alla tradizione italiana e alla sostenibilità. Grazie a questa certificazione, possiamo presentare con ancora più forza i nostri prodotti sui mercati internazionali, sottolineando l'attenzione che poniamo nella scelta delle materie prime e nei processi produttivi», spiegano gli Amministratori **Simone Mariani** e **Angelo Davide Galeati**.

Le vendite internazionali rappresentano circa il 15% del fatturato di Sabelli, con Francia e Germania come principali mercati, con una particolare attenzione al mondo della ristorazione seguito dalla vendita della burrata, regina indiscussa del boom di crescita export nel 2023. La sfida principale sul mercato estero è legata ad un tema di "education" rispetto ai formaggi freschi il cui mercato è ancora in via di sviluppo per l'estero. La sfida è lanciata e la famiglia Sabelli è pronta a coglierla. (© Riproduzione riservata)