

ALIMENTARE E DINTORNI Con miele e marmellate il fatturato di Rigoni cresce dell'11% nel primo semestre. E compie alcuni passi all'estero. La prossima scommessa riguarda l'Arabia

Biodolcezze d'Asiago

di **Samuele Nottegar**

Semestrale in crescita per la Rigoni di Asiago, azienda vicentina attiva nel settore bioalimentare. Dopo aver chiuso il 2009 con un fatturato di 48 milioni di euro (45 nel 2008) a giugno il giro d'affari si è attestato a 26,5 milioni, in crescita dell'11% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. «Nel 2009 abbiamo venduto oltre 14

milioni di vasetti di Fiordifrutta, la confettura biologica nostro core business», spiega l'ad Andrea Rigoni. Valore confermato nella prima parte dell'anno, che ha visto le vendite di Fiordifrutta crescere del 10%. Non solo marmellata però. Nel 2009 è cresciuto del 10% anche il miele, prodotto storico dell'azienda (2,5 milioni di confezioni per un valore di 7 milioni di euro), che ha segnato un più 5% anche nel primo semestre. «Siamo il secondo produttore

italiano di miele, i primi nel biologico», precisa ancora Rigoni.

All'aumento del fatturato l'azienda dell'Altopiano ha fatto corrispondere una massiccia campagna di investimenti, soprattutto a livello di strutture aziendali: «Intendiamo migliorare a livello qualitativo e di filiera. Ci stiamo concentrando sulle tecnologie che ci permettano di migliorare la fase di trasformazione e lavorazione dei prodotti». Con questo scopo, entro l'anno dovrebbe completarsi il piano di investimenti, da 2,5 milioni, che ha interessato gli impianti di Foza, a pochi chilometri da Asiago, mentre con il nuovo anno partiranno gli interventi di potenziamento, del valore di 3 milioni, per lo stabilimento di Albaredo d'Adige in provincia di Verona. Operazioni necessarie anche in vista della crescita nell'export che oggi vale

poco meno del 10%, ma in rapida espansione anche grazie a Nocciolata, la crema di nocciole bio che ha ottenuto importanti riconoscimenti in America. «Stiamo facendoci largo negli Stati Uniti, in Canada e Australia», conferma Rigoni, «e stiamo realizzando un progetto in Arabia Saudita». Con il gruppo Al Hokair, che fa capo all'omonimo principe, Rigoni ha avviato una collaborazione per vendere i propri prodotti in 31 centri commerciali, in via di costruzione, che avranno al proprio interno negozi e show room dedicate ai cibi e alla cucina italiana di alta qualità.

In più, in 41 alberghi della capitale saudita Ryad, 28 già esistenti e 13 in realizzazione, sono stati creati spazi commerciali e per la ristorazione. «Qui il cliente potrà prima assaggiare i nostri prodotti, preparati da cuochi italiani, e poi decidere di acquistarli». (riproduzione riservata)