

ALIMENTARE. Un riconoscimento prestigioso per l'“anti Nutella”

La Nocciolata Rigoni premiata a New York

E la ditta di Asiago è a +11% di fatturato nel 2010

In soli sei mesi più del fatturato dell'intero anno 2004: 27 milioni di euro, +11% rispetto allo stesso periodo del 2009. La Rigoni di Asiago segnala di aver chiuso i primi sei mesi del 2010 con un'ulteriore crescita del fatturato. Il dato prefigura una chiusura dell'anno ancora migliore rispetto a quella del 2009 (48 milioni). Per dare l'idea dell'escalation, l'azienda dell'Altopiano nel 2004 fatturava appunto 25,5 milioni di euro, cresciuti a 28,5 nel 2005, 35 milioni nel 2006, 41 nel 2007 e 45 nel 2008.

Tra i prodotti continua ad emergere il core business, cioè la marmellata biologica Fioridifrutta (+10% di venduto nei primi sei mesi dell'anno, nel 2009 complessivamente erano stati venduti 14 milioni di vasetti), che resta leader in valore delle vendite di confetture in Italia.

Ma è soprattutto il miele a stupire. Il mercato specifico fino all'inizio dello scorso anno sembrava preda di una contrazione irreversibile. Poi improvvisamente è ripartito. I consumi crescono, in particolare quelli del miele biologico Rigoni di Asiago che da gennaio a giugno di quest'anno ha fatto registrare un sorprendente +39% di fatturato. «Dopo una pessima annata 2008 - spiega

**Rigoni riceve la statuetta Sofi Awards d'argento per la Nocciolata**

Andrea Rigoni, amministratore delegato - dovuta allo spopolamento del patrimonio apistico italiano, la produzione ha iniziato a crescere nel 2009. In primo luogo grazie alla decisione di sospendere l'utilizzo dei neonicotinoidi nella concia delle sementi, insetticidi che avevano provocato la moria delle api: ciò ha consentito una netta ripresa della produzione al Nord, perché le api sono tornate in gran numero».

Mentre Fruttosa (la frutta pronta al cucchiaino) sta attraversando una fase di transizione, un altro prodotto che sta dando grandi soddisfazioni alla Rigoni di Asiago è Nocciola-

ta, la crema spalmabile di nocciole, già identificata dai fans come “Tanti Nutella”. Cresce del 30% sul mercato nazionale e trova largo consenso negli Usa. Recentemente infatti ha vinto la statuetta d'argento alla Sofi Awards Competition, risultando “best of the best” nella categoria “confetture, conserve, miele e burro di arachidi”. I Sofi Awards sono i premi più importanti e prestigiosi per il food statunitense: sono indetti dalla Nasft (National association for the speciality food trade: la giuria è di 300 operatori del settore) e vengono consegnati al “Fancy Food Show” di New York. ♦