

**EXPORT.** L'azienda di confetture biologiche di Asiago parteciperà come capofila a un grande progetto di diffusione del made in Italy avviato da uno sceicco

# Rigoni guiderà l'assalto al mercato dell'Arabia

## Il gruppo Al-Hokair di Riad investirà 1,5 miliardi di euro per 31 centri commerciali riservati a prodotti italiani

**Marino Smiderle**  
ASIAGO

Se Maometto non va dal made in Italy, tanto vale portare il made in Italy da Maometto. Questa, in senso letterale, la strategia seguita dallo sceicco Abdul Mohsin Bin Abdulaziz Al-Hokair, che nei giorni scorsi ha affidato alla Rigoni di Asiago il compito di coordinare la scelta dei prodotti alimentari di qualità da esportare in Arabia Saudita. «Vogliamo portare in Arabia Saudita le eccellenze del made in Italy - ha spiegato Al-Hokair - il food in particolare, ma anche l'arredamento, la biancheria casa, i tendaggi, arrivando fino alla cantieristica nautica. Ma non ci basta tradurre il tutto in un'operazione commerciale. Ci interessano l'Italia e gli italiani perché sono capaci di dare vita al bello e al buono come nessun altro al mondo. Intendiamo quindi far conoscere le vostre caratteristiche, le vostre eccellenze produttive e le persone che ogni giorno creano qualità invidiate in tutto il mondo. La nostra, quindi, è un'azione di business, ma anche culturale».

Il progetto, come dire, è da

mille e una notte. Si dovrebbe chiamare "ArabItalia, nome ancora provvisorio, e prevede l'apertura in Arabia Saudita di 31 centri commerciali (negozi e show room) destinati a vendere solo prodotti rigorosamente italiani. «Ma italiani davvero - precisa Andrea Rigoni, amministratore delegato della Rigoni di Asiago, deciso a far parte di questa ambiziosa iniziativa - e soprattutto di alta qualità».

Il Gruppo Al Hokair di Riad (un piccolo impero economico attivo nei settori del divertimento, alberghi, ristorazione), presieduto dal principe, metterà sul piatto un miliardo e mezzo di euro. Ognuno di questi 31 centri commerciali distribuiti in Arabia sarà di 12 mila metri quadrati. L'inaugurazione del primo centro commerciale, nella capitale, è prevista già nel 2010. Nello spazio di cinque anni verranno completati gli altri 30.

«All'interno di ogni centro - spiega il principe saudita - troveranno spazio l'esposizione di prodotti, ma anche le cucine dove cuochi selezionati prepareranno degustazioni degli stessi prodotti in vendita. Il food italiano, infatti, sarà il col-

lante di tutto quanto. Faccio un esempio. Nell'angolo dolce, potrò accomodarmi in un salotto italiano e gustarmi un gelato o una marmellata italiana. E qualcuno verrà a spiegarmi gentilmente qual è l'azienda e quali sono gli uomini italiani che hanno creato quello che sto ammirando e gustando. Quindi, prima di tutto l'atmosfera e il clima italiano, poi il prodotto. Così intendiamo portare in Arabia Saudita la cultura del bello e del buono Made in Italy. Non solo. Quando parlo di operazione culturale, intendo il fatto che all'interno di ogni centro funzionerà una scuola italiana e i nostri spazi saranno aperti a iniziative (convegni, incontri, conferenze) che avranno sempre l'Italia come filo conduttore. Questi grandi centri commerciali saranno ambienti dove la famiglia saudita passerà l'intera giornata e salendo i piani si troverà ogni volta in una realtà diversa dalla precedente».

La progettazione di questa idea di business è durata alcuni anni e ora sono stati accesi i motori. «È stata fondamentale la collaborazione instaurata con l'ambasciatore italiano a Riad, Eugenio D'Auria, che ci

ha consentito di procedere al meglio», sottolinea Al Hokair.

Tra i nomi delle aziende italiane coinvolte nell'operazione, oltre alla Rigoni di Asiago (marmellate e altri prodotti biologici), destinata a essere capofila per l'alimentare di qualità, si possono ricordare la Dall'Ava (ristorazione) di San Daniele del Friuli, la Doimo (arredamento) di Moriago della Battaglia (Treviso), e la Ferretti (nautica). I contatti sono avvenuti in gran parte nel Nord-Est, dove è stato anche firmato un protocollo d'intesa con la Electrolux Professional di Pordenone per la tecnologia delle attrezzature da replicare nello stesso standard qualitativo in tutti i 31 centri commerciali.

«L'investimento è colossale - sostiene Giuseppe Forlanelli presidente dell'associazione Mitteleuropa e responsabile del progetto ArabItalia - ma siamo convinti che avrà successo. In Arabia l'Italia è considerata un modello in fatto di creatività. I prodotti italiani di qualità che intendiamo importare saranno apprezzati. Tanto che dopo i cinque anni programmati non escludiamo di esportare questo modello progettuale in Egitto». ♦

**Ci interessa l'Italia perché è capace di dare vita al bello come nessuno al mondo**

**ABDUL MOHSIN BIN AL-HOKAIR**  
AD GRUPPO AL-HOKAIR

**Per noi è una opportunità unica per conquistare un paese che ama i nostri prodotti**

**ANDREA RIGONI**  
AD RIGONI DI ASIAGO

## L'occasione

«Premiata la nostra qualità»



Andrea Rigoni

«Il progetto è molto interessante, ci crediamo e pensiamo che la nostra azienda potrà entrare in un mercato ricco di potenzialità per il futuro». Andrea Rigoni, ad dell'azienda di Asiago nota per le sue confetture a base di frutta biologica e di zucchero di mele, ha colto al volo l'offerta fattagli dallo sceicco.

«Anche perché - aggiunge Rigoni - per noi è un riconoscimento importante della qualità del nostro prodotto, oltre che un grimaldello speriamo decisivo per aprire le porte di un mercato molto promettente che ha già mostrato di apprezzare i prodotti del made in Italy».

Difficile ipotizzare quale sarà l'impatto sui conti di Rigoni, visto che comunque si parla di un impegno previsto per il 2010. «Ma gli arabi corrono - assicura Rigoni - e già fra pochi mesi entrerà in funzione il primo dei 31 centri commerciali a Riad, senza contare che il gruppo Al Hokair ha già altri punti vendita».

Nel frattempo la Rigoni di Asiago chiuderà il bilancio 2009 più o meno in linea con il budget stilato l'anno scorso. «Avevamo previsto un aumento del giro d'affari del 10 per cento - spiega Rigoni - e lo stiamo rispettando. Arriveremo a quota 50 milioni». **M.A.S.M.**



Andrea Rigoni e il principe Abdul Mohsin Bin Abdulaziz Al-Hokair si sono incontrati ad Asiago

## Le cifre

**140**

**PRODUTTORI ITALIANI  
COINVOLTI NEL PROGETTO**

La realizzazione di 31 centri commerciali in Arabia prevedono la partecipazione di 140 produttori italiani, selezionati sulla base della qualità delle rispettive aziende.

**50**

**MILIONI DI FATTURATO  
PER LA RIGONI DI ASIAGO**

Nonostante le difficoltà congiunturali, la Rigoni di Asiago chiuderà il bilancio 2009 con un aumento del fatturato vicino al 10 per cento rispetto all'esercizio precedente.

## Gruppo saudita

**Progetta villaggi turistici nel mondo**

Il principe Abdul Mohsin Bin Abdulaziz Al-Hokair, attraverso il gruppo Al Hokair cura investimenti in vari settori che spaziano dal turismo, all'industria, al ludico. Il gruppo, infatti, è leader mondiale nella realizzazione, progettazione e gestione di parchi giochi (tutti coperti). Solo in Arabia sono 76 e registrano 35 milioni di visitatori ogni anno. Inoltre, in Arabia controlla diversi alberghi delle più importanti catene (Holiday Inn, Golden Tulip, Novotel, Hilton Garden Inn e



Lo sceicco Al-Hokair

Sheraton). Progetta e realizza villaggi turistici in tutto il mondo e, sempre in Arabia Saudita (dove dà lavoro a 6 mila persone), possiede già 15 centri commerciali.

L'ambasciatore italiano a Riad gli ha conferito il titolo di commendatore particolare per meriti speciali. Il gruppo del principe lavora già molto con l'Italia e importa circa un miliardo di euro di pezzi di ricambio per i parchi giochi.