

# Succhi di frutta nel futuro di Rigoni

LA SOCIETÀ DI ASIAGO ALLARGA I PRODOTTI OFFERTI ENTRANDO IN UN MERCATO TUTTO NUOVO E MOLTO BATTAGLIATO. IL 2014 SI È CHIUSO CON RICAVI CHE HANNO SUPERATO GLI 80 MILIONI DI EURO

Il 2015 per Rigoni di Asiago sarà un anno di sfide commerciali su terreni nuovi e non ancora esplorati dalla società veneta. Se ne gli ultimi anni il cioccolato è stato protagonista degli sforzi aziendali, con il lancio – nazionale e internazionale – di Nocciolata, l'anno appena iniziato segna il ritorno della frutta. Non più da spalmare come marmellata, ma da bere. *Food* ne ha parlato con **Andrea Rigoni, presidente della società**. “Negli ultimi mesi del 2014 abbiamo condotto una fase test con un succo di mirtilli selvatici, che segna per noi l'ingresso in questo mercato e nel 2015 faremo il lancio ufficiale di questo nuovo prodotto. A questa prima referenza se ne aggiungerà un'altra da marzo in poi, ovvero un succo di frutti di bosco misti. Anche per questa linea prevediamo l'inserimento nel canale moderno, dove trovano già spazio tutti gli altri nostri prodotti, con un cluster da tre bottigliette da 125 ml”. Il nuovo marchio dovrebbe essere Tantifrutti Rigoni.

La società che vede tra i suoi soci anche il Fondo italiano d'investimento (gruppo Cassa depositi e prestiti) ha scelto dunque i frutti di bosco per questa novità, muovendosi in piena continuità con il suo vissuto: “Siamo specialisti di questa frutta – prosegue Rigoni –, che produciamo in Bulgaria e spremiamo a freddo, per esaltarne la freschezza con un risultato molto gradevole e distintivo rispetto a quello dei concorrenti. Il tutto, ovviamente, senza aromi e conservanti”.

Verso fine anno si potranno avere i riscontri del caso, ma nel frattempo è già tempo di primi consuntivi del 2014: “Dovremmo aver chiuso l'anno con un fatturato netto di oltre 80 milioni di euro – afferma Rigoni –, grazie a una crescita complessiva dei volumi distribuiti di un 12-13% rispetto al 2013. L'export ha assorbito circa il 15% dei volumi totali. Per la Nocciolata (6,5 milioni di ricavi nel 2013) è stato un altro anno di grandi soddisfazioni: il Italia la crescita è stata del 60% e trend positivi anche per i mercati francese e americano,



dove abbiamo due filiali dirette. Il 2015 lo vediamo come un anno di consolidamento per i nostri business e di scelte da operare per proseguire nella crescita sui mercati internazionali, Europa in primis”. Le note negative dovrebbero invece arrivare dal miele, perché la produzione interna è in forte calo, soprattutto per l'acacia, il castagno, l'eucalipto, a discapito dell'offerta.

Il 2013 era stato, invece, un anno di grande crescita: ricavi consolidati su del 20% a 71 milioni di euro e utili netti per 390 mila euro, dopo un passivo di 1,46 milioni del 2012. Infine, per il nuovo stabilimento di Albaredo d'Adige, finanziato anche grazie a un'obbligazione da 7 milioni di euro, bisognerà attendere il 2016 e non il 2015 come era stato inizialmente ipotizzato.



**Andrea Rigoni,**  
presidente  
della società

## TOP FOOD EXPERIENCE, NUOVO BRAND COLLETTIVO PER L'EXPO

L'unione fa la forza, anche nel food. Con questo spirito quattro produttori alimentari della food valley hanno creato il marchio collettivo Top Food Experience che sarà presentato a Expo 2015 con l'obiettivo di valorizzare e rendere riconoscibile la qualità dei prodotti italiani sui mercati esteri.

Le aziende di Parma in questione sono Agugiaro & Figna, produttore di farine per pizza Le 5 Stagioni, Coppini Arte Olearia, da oltre 65 anni specializzato nella produzione di olio extravergine, il salumificio Casale e Steriltom, azienda produttrice di polpa di pomodoro per il settore food service e industriale, che grazie a questo progetto di networking, puntano alla valorizzazione della produzione

nazionale di qualità e a contrastare il crescente fenomeno della contraffazione del made in Italy. “Abbiamo creato il marchio collettivo Top Food Experience, per costruire una rete di relazioni sempre più ampia, dinamica e di respiro internazionale nel settore agroalimentare”, dichiara **Riccardo Agugiaro, export manager di Agugiaro & Figna**. Top Food Experience sarà presentato ufficialmente a Expo 2015 nel padiglione Italia, in un evento di quattro giorni, dal 24 al 28 maggio, che vedrà presenti tutti i partner nazionali e internazionali delle quattro aziende.

