

L'AZIENDA. Il Gruppo di Asiago è pronto allo "sbarco" nel Golfo

Rigoni approda nei mercati arabi ma assumerà qui

Deciso l'ampliamento dello stabilimento di Foza e anche quello del sito di Albaredo d'Adige
L'investimento porterà a 15 nuove assunzioni

Matteo Bernardini

Miele, confetture e nocciolata, tutte rigorosamente "Made in Vicenza", grazie al marchio asiaghese "Rigoni", tra qualche mese invaderanno anche i mercati del Medio Oriente: dal Kuwait agli Emirati Arabi fino all'Arabia Saudita.

«Stiamo chiudendo degli accordi importanti per arrivare a esportare in alcuni paesi Mediorientali - conferma Andrea Rigoni, amministratore delegato dell'azienda di famiglia - in quei mercati infatti il consumo di confetture e soprattutto di nocciolata è molto elevato. Inoltre il nostro impegno rappresenta un investimento per il futuro: è un volano che abbiamo avviato, ma sappiamo come i risultati non saranno certo così immediati».

Già lo scorso anno il gruppo Rigoni (che ha raggiunto un fatturato di oltre 65 milioni di euro) era sbarcato in Turchia aprendo così le porte per l'attuale affondo.

«La crescita aziendale non può prescindere dalle esportazioni - riprende l'Amministra-

tore delegato - purtroppo quello italiano è saturo, mentre all'estero ci possono essere ancora diverse opportunità».

Ma anche se il mercato interno risulta "bloccato" il gruppo Rigoni ha comunque deciso di continuare a investire potenziando la sede di Foza e ampliando lo stabilimento produttivo di Albaredo d'Adige assumendo altri 15 dipendenti.

«Per ingrandire la fabbrica di Albaredo, che sarà pronta entro il prossimo anno - riprende Andrea Rigoni - abbiamo deciso di stanziare 15 milioni di euro. Quindi, una volta partita la produzione nel sito assumeremo immediatamente i nuovi dipendenti».

L'azienda Rigoni è nata nel 1923 con il nome di "Apicoltura Rigoni" e oggi punta a raggiungere un fatturato di 100 milioni di euro entro il 2015 arrivando a portare l'export (in doppia cifra) al 20%.

«Stiamo cercando di concentrare i nostri sforzi non solo verso i paesi lontani come quelli del Golfo, ma anche in Europa - sottolinea Andrea Ri-

goni - per noi resta fondamentale la presenza in Francia, Germania, Belgio, Lussemburgo e Olanda». E non solo, perché un distributore dell'impresa di Asiago è presente anche negli Stati Uniti, altro punto di riferimento per esportare marmellate, miele e gli altri prodotti "bio" nel mondo.



Intanto il Gruppo sta meditando anche su un prossimo approdo in Borsa seguendo il progetto Elite, lanciato lo scorso anno e dedicato in particolare alle piccole e medie imprese che pensano in futuro a una quotazione all'interno del mercato borsistico.

«Quello Elite è un progetto per migliorare l'efficienza della nostra impresa - ammette l'Amministratore delegato - però non è detto che alla fine approderemo in Borsa, certo, è comunque un'opportunità che ci lasciamo aperta in un momento particolarmente complicato come quello che sta attraversando la nostra economia».

Le nuove strategie legate alla crescita del Gruppo asiaghese (compreso l'ampliamento del sito produttivo di Albaredo d'Agide in provincia di Verona) è stata resa possibile dalle risorse messe a disposizione (poco più di un anno fa) dal Fondo italiano d'investimento (Fii) entrato nel capitale della società con una quota pari al 35,5% e questo oltre alla sottoscrizione di un prestito convertibile.

«L'idea - termina Andrea Rigoni - è quella di continuare a crescere: in Italia e all'estero».●