



Alimentare

Dal pranzo ai gelati Rigoni prova a Milano il locale monomarca

VICENZA Rigoni di Asiago, parte la rivoluzione dei negozi-ristorante monomarca. Il gruppo alimentare vicentino – specializzato in marmellate, nocciolata e miele biologici – ha tagliato il nastro questa settimana di «Naturalmente a Milano», in via Buonarroti nella metropoli lombarda. «Un negozio esperienziale e, per noi, un laboratorio – spiega il presidente Andrea Rigoni – si può fare colazione, pranzare o cenare, con piatti dolci o salati che hanno come base i prodotti Rigoni». Ma il numero uno dell'azienda di Foza per ora non si sbilancia su altre aperture a catena: «Non c'è niente di deciso, è il nostro primo monomarca. Vogliamo anzitutto vedere la risposta dei clienti».

L'azienda vicentina ha chiuso il 2014 con un fatturato di 85 milioni di euro. «In crescita del 13%. Per quest'anno l'obiettivo è superare i 100 milioni», conferma il presidente. La crescita peraltro per la Rigoni è ormai costante da qualche anno, considerato che nel non lontano 2009 il fatturato si era fermato a 49 milioni. L'attività esiste dal 1920, ovvero da quando Elisa Antonini, nonna degli attuali soci – i fratelli Andrea, Luigi e Antonio Rigoni, più il cugino Mario – decise di dedicarsi all'apicoltura. Il tempo doveva darle ragione. Oggi Rigoni di Asiago conta due stabilimenti industriali per la trasformazione a Foza e ad Albaredo d'Adige, nel Veronese, oltre ad uno stabilimento in Bulgaria per la produzione di semilavorati di frutta. In tutto conta 170 addetti, di cui un centinaio in Italia.

Tutti i prodotti sono biologici, caratteristica che la srl vicentina ha trasformato nella propria bandiera: «Anche a “Naturalmente a Milano”

tutti i prodotti saranno rigorosamente biologici – sottolinea Andrea Rigoni – quello che abbiamo voluto realizzare con questo progetto è non solo un luogo per la vendita dei nostri prodotti, ma un bar-ristorante-pasticceria in cui tutto, dai succhi di frutta al cappuccino accompagnati da croissant o pane e marmellata, abbia in parte i nostri prodotti come base. Con spazio anche ai menù per celiaci e intolleranti al lattosio».

Una sorta di boutique del dolce, insomma. Gli spazi interni, ampi 250 metri quadrati circa, comprendono arredi che richiamano nei materiali l'Altopiano dei Sette Comuni. L'interno di «Naturalmente a Milano» ospita anche un giardino verticale, inoltre l'ambiente è studiato in modo che i clienti possano assistere alla preparazione dei cibi. In particolare del gelato Rigoni, preparato fresco al momento e qui introdotto per la prima volta: «È un prodotto nuovo, e l'investimento più importante in questo punto vendita. Ed è presto per dire se il nostro monomarca verrà replicato altrove – conclude Andrea Rigoni – vogliamo vedere le reazioni dei consumatori, cosa apprezzano in particolare. E se tutto va bene, nasceranno altri “Naturalmente” in altre città».

Andrea Alba

© RIPRODUZIONE RISERVATA

