

**I 100 ANNI DELL'IMPRESA DI ASIAGO** L'amministratore delegato: «Tradizione di generosità»

# Rigoni, da nonna Elisa ai 231 dipendenti di oggi

Il gruppo ha raggiunto un fatturato di 130 milioni ed è leader in Italia per le confetture. Spiccano miele bio, Nocciolata e il mecenatismo

**Gerardo Rigoni**  
ASIAGO

●● Un'azienda da 130 milioni di euro l'anno nata cento anni fa dall'intuizione della nonna dell'attuale "ad" Andrea Rigoni. Parte proprio dal 1923 la storia della Rigoni di Asiago: nonna Elisa, al ritorno dal profugato, vede nell'apicoltura il sostentamento della propria famiglia. Dai primi alveari sistemati in contrada Lamara di Asiago il gruppo Rigoni di Asiago oggi conta 231 dipendenti, di cui 145 operatori in "Rigoni di Asiago Italia", leader sul mercato interno e in grande crescita nei mercati internazionali con i suoi prodotti Mielbio 100 per cento italiano, le confetture Fioridifrutta e la gamma di Nocciolata. È proprio con le confetture che la Rigoni di Asiago si conferma leader italiano di settore, occupando poi la seconda posizione con il miele bio e la Nocciolata. Una conquista riuscita affidandosi alla grande distribuzione che assicura il 95 per cento del fatturato italiano a cui si aggiungono il canale Horeca, i punti vendita al dettaglio e, dal 2020, l'e-commerce. Sul fronte dell'export, che genera più di 50 milioni di euro, è la Francia il mercato principale seguita da Germania, Austria, Svizzera e Benelux.

**La festa** Proprio per festeggiare questo successo e rendere onore a chi li ha preceduti, Andrea Rigoni e il fratello Luigi hanno organizzato una festa ieri al palazzo Millepini di Asiago. Un evento che ha ripercorso la storia dell'azienda, arricchita con aneddoti, raccontati dagli appassionati storici locali Gian-



Andrea Rigoni, ad dell'azienda premia la dirigente scolastica Giovanna Dion con l'assessore Elena Donazzan

carlo Bortoli e Luigi Menegatti, dal dipendente storico Maurizio Benetti e da Gianbattista Rigoni Stern. Proprio quest'ultimo ha ricordato il rapporto di amicizia, fin dall'infanzia, tra suo padre Mario, il celebre scrittore, e il padre di Andrea e Luigi, Vittorio. Un'amicizia che ha fatto nascere la passione dell'apicoltura anche allo scrittore: ha raccontato quell'esperienza nel suo libro "Uomini, boschi e api".

**L'impegno sociale** A fianco dell'impegno imprenditoriale, la Rigoni di Asiago si è sempre contraddistinta per l'impegno solidale e a tutela dell'ambiente, tanto da portare l'assessore regionale Elena Donazzan a definire gli imprenditori "benefattori e mecenati" mentre venivano consegnate le donazioni alle scuole altopianesi. Una filofilia che Andrea Rigoni attribuisce proprio all'eredità tra-

mandata da nonna Elisa: «Nel dopoguerra ha aiutato molti e viene ancora oggi ricordata dai più anziani per la sua generosità. È forse questo il tesoro più grande che ci ha donato».

**L'investimento** Ed è una sensibilità che ha portato la Rigoni di Asiago di acquistare l'ex fabbrica di mobili a Foza per trasformarla nel centro produttivo. Un investimento che Menegatti, allora sindaco fozese, sottolinea come abbia «contribuito ad interrompere l'emigrazione a Foza». Sempre sull'etica della Rigoni di Asiago si sofferma Claudio Cauda, già presidente dell'associazione apicoltori professionisti italiani: «La Rigoni dava sicurezza di vendita agli apicoltori pagando il prezzo medio alto, imponendo però innovazione e insegnando una mentalità imprenditoriale, nonché la svolta bio, facendo ri-

conoscere il pregio del miele nazionale». Il senso di dover "restituire" a chi ha creduto nell'azienda ha portato la Rigoni di Asiago ad avviare l'iniziativa "La natura nel cuore di..." che quest'anno, con un sondaggio online, vedrà l'azienda restaurare la fontana di epoca romana situata all'interno del giardino del Museo archeologico nazionale di Napoli: è stato annunciato proprio ieri dal presidente di "Fondaco Italia" Enrico Bressan.

**Il francobollo** In chiusura l'ultima sorpresa da Andrea Rigoni e dal coordinatore commerciale centrale di Poste Italiane Claudio Vescovi: il francobollo che celebra il centenario della Rigoni di Asiago, prodotto in 250 mila fogli da 45 francobolli e i prodotti "limited edition" dedicati al centenario di miele di fiori di lampone, confettura frutti di bosco, Nocciolata. ●

**FIERA DI VICENZA E RIMINI** Da oggi il food, a luglio vetrina per i gioielli

## Ieg parte da Singapore per i mercati in area Asean

La nuova società del gruppo: «La città-stato è il fulcro da cui iniziamo per creare eventi in più Paesi»

●● Dalla Cina al Medio Oriente. Ieg Italian exhibition group, che gestisce le fiere di Rimini e Vicenza, ha appena concluso la prima edizione di Sigep China a Shenzhen in partnership con Fiera di Colonia (e in contemporanea ad Anufood China). E da oggi aprirà i battenti a Singapore con Ieg Asia: adesso i saloni del food&beverage ed equipment, poi a luglio, sarà la volta del mondo jewelry. «Siamo pienamente operativi con Ieg Asia sulle manifestazioni acquisite lo scorso

febbraio - spiega il ceo Corrado Peraboni -. Puntiamo a risultati sia sul food&beverage ed equipment per la ristorazione, sia sul jewelry, grazie all'expertise delle nostre Sigep e Vicenzaoro, alla strategicità dell'hub Singapore e allo scenario prestigioso coordinato dal Singapore Tourism Board. Con Ieg Asia favoriremo anche la presenza di clienti e pubblico dai Paesi Asean alle nostre manifestazioni di Rimini e Vicenza, con ricadute di business sui rispettivi territori».

Intanto in questi tre giorni al Marina Bay sands expo & convention centre, con 243 brand in mostra da 26 Paesi, si inaugurano Cafe Asia, International coffee & tes indu-



A luglio spazio ai gioielli

stry expo, Sweet & bakes Asia e Restaurant Asia: li segue la Food&Beverage Division Ieg, guidata dalla group brand manager Flavia Morelli.

Dal 13 al 16 luglio invece, sempre a Singapore, sarà la volta di Sije Singapore international jewelry expo 2023, con 223 brand provenienti da 26 Paesi: se ne occupa la Jewelry&fashion division Ieg con il global exhibition director Marco Carniello.

«Situata al centro del Sud-est asiatico - dice Ilaria Cicero, ceo di Ieg Asia - Singapore è la principale piattaforma commerciale e il più importante hub economico dell'area Asean. Il suo porto è il secondo al mondo per tonnellaggio totale di spedizione, collegato ad oltre 600 porti in 123 nazioni. Partendo da questa città-stato Ieg vuole favorire il business delle imprese italiane in questa vasta regione». E Francesco Santa ceo di Ieg Middle East: «Singapore è il fulcro ma vogliamo sviluppare nuovi eventi in Thailandia, Malesia, Vietnam, Indonesia e Filippine, coprendo con le nostre fiere leader i mercati chiave dell'Asean». ●

**IL LIBRO** L'economista Rinaldi domani a Valdagno per Guanxin



Il libro sarà presentato domani



Azzurra Rinaldi si autodefinisce "economista femminista"

## «Insegno alle donne a chiedere un aumento»

«La meritocrazia c'è solo con parità maschi-femmine nei congedi parentali e nell'esigere stipendi adeguati»

Cinzia Zuccon

●● Si definisce economista femminista, con un aggettivo che non di rado le hanno chiesto di omettere perché considerato divisivo. Una definizione che però Azzurra Rinaldi rivendica orgogliosamente, per le conquiste che il movimento femminista ha permesso e i vantaggi che le battaglie di oggi potrebbero garantire all'economia e alla società. Ne parla nel libro "Le signore non parlano di soldi" che sarà presentato domani alle 20.30 a Palazzo Festari a Valdagno per l'iniziativa "Un Libro in rete" di Guanxin. Direttrice della School of Gender economics dell'Università Sapienza di Roma - insegna economia politica - e imprenditrice co-fondatrice di Equonomics, Rinaldi spiegherà quanto ci costa la disparità di genere e come possiamo cambiare rotta.

**Quante volte le hanno chiesto come sia possibile che a parità di mansioni e di contratto le donne guadagnino meno di un uomo?**

Innumerevoli. Ma non tutte le persone sono contrattualizzate, e la retribuzione prevede una parte fissa e una variabile. Per le donne, poi, c'è una prima e un dopo la maternità. In Italia lavora il 73,9% delle donne dai 25 ai 49 anni senza figli, ma solo il 53,9% delle donne della stessa età con figli minori di 6 anni.

**Perché scatta la childhood pe-**

“Le imprese fanno il benessere dei loro dipendenti fa salire la qualità del lavoro”

“Gli analisti: se l'Italia mira alla crescita il primo fattore è il capitale umano femminile”

**nalty: si lascia, o si passa a part-time e si rinuncia alla carriera. Le donne nel mondo si fanno carico del 75% del lavoro di cura.**

Oxfam nel 2020 ha stimato che se quel lavoro di cura fosse retribuito varrebbe 12 mila miliardi di dollari, di cui il Pil non tiene conto. Ma non si tratta di retribuire chi sta a casa: non funziona. Sia Kpmg che Pwc evidenziano che se si dovesse puntare su un solo fattore per favorire la crescita sarebbe il capitale umano femminile. Come riporta Almalaurea le donne si laureano prima e con risultati migliori, sono brave, un capitale pazzesco sulla cui formazione il Paese investe rinunciando a un ritorno.

**Ma solo il 5% al mondo è Ceo. Faticano anche a chiedere un aumento e solo 15,7% contratta lo stipendio contro il 57% degli uomini. Come supportarle?**

Su questo sto facendo un enorme lavoro di divulgazione e ho creato un percorso di empowerment gratuito. «Conversazioni sul denaro» toccherà 4 città e sarà disponibile anche online. Ci si iscrive sul sito education.unicredit. La contrattazione comunque segue una sorta di copione. Se chiedi un aumento, in pochi secondi, creando un clima empatico, devi spiegare cosa vuoi, perché l'aumento dovrebbe darlo proprio a te e quale vantaggio rappresenti per l'azienda. Bisogna contrattare sempre! Io parto sempre da una cifra alta, restando aperta a controproposte. E, a meno che non si tratti di beneficenza, non si lavora mai gratis. Ti pagano in visibilità? Può andare bene a 20 anni, ma a 40 siete voi a dare visibilità.

**Vorrebbe portare l'educazione finanziaria a scuola. Cos'altro farebbe se fosse al Governo?**

Equiparerei subito il congedo di maternità e quello paternità in modo che le aziende non si possessero la questione 'figli' al momento dell'assunzione. Così si darebbe una spinta alla meritocrazia e al mercato del lavoro. Come emerso da uno studio in Giappone si creerebbero subito tre posti di lavoro per ogni donna che esce di casa: il suo e altri due legati ai lavori di

cura di cui non si può fare carico. Poi promuoverei una formazione sugli uomini per aiutarli a liberarsi dalle gabbie in cui li costringe il sistema patriarcale e creerei misure stabili per le famiglie: non solo asili nido, serve anche il personale, che il Pnrr non prevede. E con i servizi, non con l'assegno unico, che si inverte la curva della natalità. Oggi il 65% delle copie che non hanno figli li vorrebbero, ma rinunciano perché non ci sono le condizioni.

**Si: economiche e di cura, termine che ritiene centrale, anche per le aziende. Perché la cura conviene anche alle imprese?**

Le imprese che hanno resistito alla crisi sono quelle che hanno usato il tempo del lockdown per regalare formazione, che si sono dedicate a parlare con clienti o potenziali clienti, che hanno implementato progetti di welfare. Dove è più elevato il benessere aziendale si lavora di più e meglio perché ci si sente riconosciuti, parte di un progetto. Le persone hanno bisogno di senso, offrirlo è un atto di cura.

**Le rivolgo una domanda che non si farebbe mai a un uomo. Lei ha tre figlie: ha avuto famiglia e carriera applicando la womenomics, cioè dividendo al 50% le incombenze di casa col partner?**

Ho passato 7-8 anni tra parti e allattamenti e ho sempre lavorato, ma senza spingere quanto avrei voluto. Ad un certo punto a mio marito, che fa l'avvocato, ho detto: ora tocca a me dedicarmi di più al lavoro e lui è stato d'accordo.

**Che suggerimenti darebbe a una ragazza che vuole carriera e famiglia?**

Di non mollare. I figli crescono, ma una volta che esci dal mercato del lavoro non rientri più. E altre due cose: guardiamo alle donne che fanno impresa, mettono in campo valori differenti quando assumono; e coltiviamo la sorellanza. Siamo state cresciute con l'idea, figlia del patriarcato, che le donne siano le peggiori nemiche delle donne, invece creiamo reti anche senza rendercene conto. ●