

**Industria alimentare** Il fondatore Negro: vogliamo affermarci nel Nord Italia

# Knodus rivoluziona il canederlo

*L'azienda pusterese: confezioni in atmosfera protettiva*

BOLZANO — Da oggi anche i tradizionali canederli si adeguano ai tempi moderni. Tutto nasce da un'idea della neonata Knodus, azienda di Valle Aurina che punta alla commercializzazione dei canederli in Italia e in Europa, per renderli un prodotto più fruibile e più pratico, senza però privarli di quelle caratteristiche che ne hanno costituito la fama: genuinità, tradizione e rispetto per l'ambiente.

Knodus ha creato infatti una serie di prodotti già pronti da cucinare (bastano dieci minuti in acqua bollente) e che potranno essere consumati nell'arco di 60 giorni. L'elemento di differenziazione è la speciale modalità di conservazione in atmosfera protettiva che garantisce al prodotto il mantenimento della freschezza delle materie prime originarie. Una combinazione tra «mangiar sano» e «mangiar rapido» che risponde sì alle esigenze dei nostri tempi, ma che si propone anche il fine di divulgare in maniera più efficace i sapori altoatesini al di fuori del territorio provinciale. «Vogliamo affermarci come gli specialisti del canederlo — spiega Raffaello Negro, uno dei quattro soci fondatori di Knodus, con alle spalle un'esperienza quasi ventenna-

le con il gruppo Senfter — Abbiamo ideato un concetto innovativo rispetto alla concorrenza, con la prospettiva di affermarci sul mercato e di raggiungere un fatturato di 700mila euro nel 2008». Nel mirino anche quota 1,5 milioni di euro per l'anno successivo, il 2009.

Da ottobre sono infatti già tre i tipi di canederli in vendita: allo speck, agli spinaci e al formaggio. «Ma per fine gennaio — riprende Negro — ci saranno anche i canederli ai finferli, mentre in seguito sarà la volta delle rape rosse e delle ortiche entro metà 2008». L'obiettivo è quello di offrire un prodotto di alta qualità. «La filosofia di Knodus — aggiunge — è legata al mantenimento di questa qualità nel tempo: una qualità costante che rispecchi gli elevati standard di preparazione». I canederli sottovuoto sono già sugli scaffali dei rivenditori, ma a livello distributivo l'azienda non si pone dogmi e c'è attenzione verso tutti i canali.

Sia grande distribuzione che vendita al dettaglio, ma anche il settore della ristorazione: «Crediamo si possa instaurare un rapporto di fornitura a ristoranti e alberghi ampliando fino a venti il numero dei canederli contenuti all'in-

terno della confezione protetta. Questa soluzione è interessante soprattutto nel periodo autunnale o invernale — sottolinea ottimista il cofondatore di Knodus — Inoltre a breve partiremo con un degli stand di degustazione, in modo da far testare il prodotto ai nostri potenziali clienti, ad esempio, nei supermercati». La strategia è di diffondersi in Italia, partendo dal Nord, per poi provare a testare i mercati europei: «Essendo il caneder-

lo un prodotto di nicchia, inizialmente stiamo operando soprattutto sui mercati del Nord Italia, soprattutto in Veneto e in Lombardia, dove esistono ottime potenzialità. Con il tempo poi vorremmo espanderci».

Ma si aspettano i primi risultati, anche se i segnali sono confortanti. «Chiunque abbia provato il prodotto ne è rimasto favorevolmente impressionato» assicura Negro.

G. V.