

# Risultati vincenti, obiettivi sempre più importanti

**C'è un appuntamento annuale, ormai da dieci anni, durante il quale, in una riunione conviviale, facciamo il punto della situazione con i manager di Rigo®, chiacchierando di bilanci e progetti e raccogliendo nuovi spunti e strategie sul futuro dell'azienda.**

Sono momenti davvero piacevoli e, soprattutto, istruttivi da cui si torna in redazione coinvolti dalla loro carica e dal loro entusiasmo. Ecco cosa è emerso dalle nostre chiacchiere con Riccardo Rigolio, presidente dell'azienda, con Vincenzo Cattaneo, direttore commerciale ed Elisabetta Morelli, marketing e comunicazione.

**I progetti per questo 2023 sono tanti e, soprattutto, fanno percepire chiaramente il mood di un'azienda in piena e costante evoluzione con grande progettualità e con un'attenta visione sul mercato in generale.■ ■ ■**

**Riccardo Rigolio-** Ci sono più fronti sui quali Rigo® sta concentrando le sue forze e le sue energie per arrivare all'importantissimo anniversario degli ottant'anni di attività al massimo dell'espressione delle sue potenzialità.

C'è un aspetto strutturale che riguarda l'azienda e che contempla una ristrutturazione e un ampliamento che porta con sé il potenziamento delle sue possibilità progettuali e produttive e un



RICCARDO RIGOLIO

“  
Continua  
il **percorso  
di crescita  
e diversificazione  
di Rigo®** che  
si prepara  
ai suoi prossimi  
ottant'anni con  
numeri positivi,  
**progetti  
strutturati,  
costante  
attenzione al  
mercato e una  
visione che  
va ben oltre  
i confini ormai  
consolidati.**”

grande efficientamento gestionale e logistico.

C'è un aspetto organizzativo che contempla la copertura totale e capillare del territorio attraverso gli agenti e i dimostratori ma non per mettere una semplice bandierina di presenza, bensì per organizzare una presenza concreta di Rigo® in tutta Italia.

C'è un aspetto di razionalizzazione dell'offerta attraverso la riorganizzazione e il ripensamento dell'offerta merceologica e del catalogo per focalizzare l'attenzione sui prodotti più importanti, rivisitare quelli perfezionabili e portare in produzione le idee nuove e più funzionali.

C'è un aspetto di ricerca e sviluppo che prevede la proposizione di prodotti originali e unici sempre più all'avanguardia e in grado di soddisfare le necessità degli operatori del settore.

Ancora, c'è un aspetto concettuale che non prescinde dalla necessità dell'informazione e della promozione presso la distribuzione per creare una cassa di risonanza reale ed efficace e, insieme, c'è anche l'aspetto formativo che dà seguito al programma Rigo® di formazione e diffusione della cultura della verniciata a spruzzo a bassa pressione HVLP e alle sue declinazioni.

E, per finire, c'è un aspetto di marketing e comunicativo che prosegue un percorso di brand identity e brand reputation iniziato da anni e sempre più coerente ed efficace.



■ **A sinistra, il totem porta cataloghi e porta turbina Rigo®:** un elemento per il layout espositivo dei distributori che è diventato facilmente riconoscibile grazie alla modella 'Giulia' e sicuramente funzionale per una corretta proposizione dei prodotti e dei materiali dell'azienda.

passato e dei nostri progetti per il futuro.

**Il 2022 è stato caratterizzato da eventi che hanno impattato pesantemente sulla vita e sull'attività quotidiana delle aziende: puoi raccontare, in sintesi, ai lettori di Colore & Hobby che ripercussioni hanno avuto su Rigo® e come è andato l'anno in generale dal tuo osservatorio di direttore commerciale?**

**Vincenzo Cattaneo-** Gli eventi internazionali, in primis la guerra in Ucraina, hanno indubbiamente condizionato e modificato le esportazioni e la strategia commerciale delle aziende interessate alla vendita nelle aree geografiche coinvolte. Per quanto riguarda Rigo®, nella fattispecie, la crisi russo-ucraina ha, di fatto, fermato le vendite su territorio russo e influenzato negativamente anche le esportazioni in quei paesi, limitrofi ai contendenti, che avevano parte del loro business proprio legato alle esportazioni in Russia e Ucraina. Questo ha ridotto il valore potenziale del fatturato Rigo® legato all'export? Certamente sì, ma solo per quanto riguarda gli specifici mercati dei paesi direttamente interessati dalla crisi.

Paradossalmente le vendite di materiale per verniciatura sul territorio ucraino, pur senza dubbio diminuite, non sono cessate del tutto, segno positivo e prova che nonostante le bombe, almeno nella parte più occidentale del paese, la gente continua a lavorare e a tentare di condurre una vita normale. Per quanto riguarda il valore complessivo del mercato estero per Rigo®, il 2022 è stato un anno decisamente positivo, con sensibile crescita nei fatturati. I nostri migliori clienti, supportati dalla fornitura

puntuale e costante dei nostri prodotti e dall'introduzione di nuovi modelli, hanno incrementato le loro quote di mercato con conseguente aumento dei nostri fatturati. È stato un lavoro sinergico, con tangibile reciproco beneficio, segno che una stretta collaborazione e la salda fiducia tra le parti, pagano sempre. Certo, abbiamo come tutti patito i problemi legati al continuo e imprevedibile aumento delle materie prime, dei costi di trasformazione e della disponibilità aleatoria e discontinua dei componenti finiti o semilavorati, ma non abbiamo sofferto più di tanto: addirittura, i nostri sforzi di contenimento dei costi mediante un impegnativo programma di acquisti a medio-lungo termine sono stati compensati da un sensibile incremento dei volumi prodotti e venduti, prova che affidabilità nelle forniture e qualità del prodotto fornito sono elementi importanti come e forse più del puro prezzo di vendita.

Per quanto riguarda il mercato nazionale, il completamento della rete di vendita e la messa in atto del programma delle promozioni affiancate a dimostrazioni pratiche al pubblico dei professionisti, ha senza dubbio consentito il recupero di aree geografiche trascurate o storicamente poco reattive e una notevole ripresa, con incremento del numero dei clienti e del fatturato complessivo. Inoltre, la dimostrazione pratica, condotta da un operatore professionale e ben qualificato, consente di promuovere e vendere proprio i modelli Rigo® per verniciatura di maggior valore tecnico, prestazionale ed economico con conseguente beneficio sia per i negozianti che per Rigo® stessa.

Complessivamente posso dire che nel periodo degli ultimi 10 anni Rigo ha avuto una crescita annua media costante di fatturato di oltre il 10 % che

**Il prossimo 2024 l'azienda compirà ottant'anni: ci puoi dare uno spoiler su quello che avete in animo per un anniversario così importante?**

**Riccardo Rigolio-** Sarà un appuntamento di business e di festa, un punto di arrivo e un punto di partenza in cui racconteremo il percorso fatto fino a qui e quello che ci accingiamo a fare, ovviamente, insieme a tutti i nostri collaboratori interni e a tutti coloro che ci rappresentano giorno dopo giorno sul territorio, i nostri agenti e dimostratori.

Avremo il piacere di avere con noi anche i fornitori e i distributori che hanno lavorato in sinergia per raggiungere questo anniversario e racconteremo, in un piacevole contesto, della nostra visione per i prossimi anni.

Sì, perché noi vogliamo essere pionieri e conservatori, protagonisti di un mercato che cambia nel nome delle vere esigenze dei professionisti che ne fanno parte, forti del nostro



VINCENZO CATTANEO

ha portato, nello stesso periodo ad oltre il raddoppio del fatturato stesso.

### Quali sono invece le previsioni per il 2023?

**Vincenzo Cattaneo-** Per il futuro prevediamo di consolidare e rafforzare la nostra presenza commerciale sul territorio nazionale sia estendendo ed incrementando le attività promozionali e dimostrative, sia mediante la creazione di una rete di Rigo® Points ovvero negozi selezionati e qualificati che facciano da punti di assistenza per i nostri prodotti e dispongano sempre a magazzino dell'intera gamma di articoli e di tutti i ricambi. Naturalmente la disponibilità dei negozianti interessati a questa attività verrà ben ripagata con condizioni di fornitura particolarmente favorevoli, la disponibilità in anteprima dei nuovi modelli e la stretta collaborazione con i nostri tecnici e dimostratori per la organizzazione e conduzione di seminari formativi, presentazioni esclusive ecc. In altre parole, intendiamo lavorare sempre a più stretto contatto e ben ripagare chi crede nei nostri prodotti e nel nostro sistema di verniciatura HVLP.

Per l'estero, almeno per il comparto verniciatura, stiamo elaborando formule differenti e strategie dedicate ma ora è un po' troppo presto per parlarne, posso solo dire che questo 2023, sarà un anno di consolidamento e raccolta dei risultati per il mercato nazionale e di grande fermento per il mercato estero, in entrambi i settori merceologici Rigo®, ovvero verniciatura ed applicazione di schiuma poliuretanic. Moltissimo bolle in pentola in entrambi i campi, ci risentiremo in proposito più avanti nel corso dell'anno.

### Come sono cambiati negli ultimi anni l'immagine e il posiziona-

### mento di Rigo® sul mercato?

**Elisabetta Morelli-** Partendo dal principio che per migliorare non si può restare fermi, le trasformazioni in Rigo® non sono mancate negli ultimi anni. In un mondo che cambia, volevamo presentarci ai nostri clienti, ma anche ai professionisti con soluzioni nuove, semplici e chiare.

Da qui l'intento di focalizzare l'attenzione sul nostro logo, con l'ambizione di trasformarci da marchio a marca. Abbiamo lavorato restando fedeli alla nostra filosofia, sfruttando il nostro know-how, continuando a realizzare prodotti professionali e attivando una politica di promozioni e di dimostrazioni supportata da una pubblicità mirata: questo per essere percepiti dal nostro target come La Soluzione o l'Alternativa performante nel mondo della verniciatura, da sempre contraddistinto da rullo, pennello o alta pressione.

Dell'azienda familiare ci rimangono l'entusiasmo, la passione, la propensione ad ascoltare e il voler risolvere le esigenze del cliente, ma è indubbio che siamo cresciuti, non solo in termini di fatturato, ma anche di conoscenza del mercato. E il mercato ora identifica la verniciatura HVLP come sinonimo di Rigo®. Una grande soddisfazione che ci fa percepire di essere sulla strada giusta. Gli stakeholder ci confermano sempre più frequentemente quanto l'immagine di Rigo® sia conosciuta e apprezzata e di conseguenza abbia elevato il suo posizionamento sul mercato.

### Che attività avete programmato per questo 2023 dal punto di vista del marketing e della comunicazione?

**Elisabetta Morelli-** Da sempre dichiariamo di essere dalla parte di chi vernicia: e non c'è modo migliore



ELISABETTA MORELLI

per farlo che interagire direttamente con i professionisti, cogliere le loro esigenze e valutare le possibili soluzioni. Ci piace far conoscere gli innumerevoli vantaggi dei nostri sistemi di verniciatura HVLP, per cui le dimostrazioni pratiche, iniziate lo scorso anno, continueranno su tutto il territorio italiano anche per il 2023. Siamo riusciti a creare una rete di dimostratori preparati, capaci di affiancare i nostri agenti, offrendo così ai nostri clienti la possibilità di realizzare eventi per gli applicatori con prove pratiche di spruzzatura. Insieme al mitico cappellino Rigo®, i partecipanti alle nostre demo avranno anche una pratica maglietta con il nostro logo, mentre i rivenditori terranno in negozio il nostro totem porta cataloghi e porta turbina, con la simpatica modella Rigo®, Giulia.

Inoltre, esporremo agli eventi fieristici, a Milano con il Festival Edilizia Leggera, e a Catania, con il SicilFerr. Un modo per essere vicini a tutti i nostri clienti, da Nord a Sud!

Tutta la gamma dei nostri cataloghi prodotti è quasi pronta per la stampa, con una nuova grafica più accattivante ed esaustiva. Il nostro sito sarà sempre aggiornato per continuare ad essere un punto di riferimento. Non mancheranno poi le newsletter e le comunicazioni sui social, sulle nostre pagine Facebook, Instagram e LinkedIn.

Anche quest'anno parteciperemo a ColorAid e ColorAidLab, perché riconosciamo l'importanza della solidità.

Ma dedicheremo anche il giusto tempo all'organizzazione di un evento speciale per Rigo®... Un evento importante che si svolgerà nel 2024, per il suo ottantesimo compleanno! Perché per così tante candeline serve una festa che coinvolga tutti, amici, clienti e fornitori! ■