

Un'energia che non si esaurisce mai!

“
Reagire alle sollecitazioni di **eventi** e contesti diversi e portare la **cultura della verniciatura a spruzzo** fuori dalle mura dell'azienda. Sono questi i due **driver** principali di **Rigo®** per il 2021, senza disdegnare la **proposizione di nuovi prodotti, il consolidamento delle proprie posizioni e una comunicazione sempre più efficace.**”

Ormai è una consuetudine incontrarci con il management di Rigo® per fare un punto della situazione riguardo l'anno trascorso e scoprire i progetti per quello in corso e bisogna dire che l'energia di questa azienda sembra non esaurirsi mai. Anche per il 2021 ci sono davvero tante novità in serbo ma quello che scopriamo ogni volta con infinito piacere è la capacità di Rigo® di cambiare, di confrontarsi con il mercato per migliorare costantemente e per stare al passo con le sue esigenze, in sintonia con i professionisti che ci lavorano. E ci riesce sempre!

Ecco cosa ci hanno raccontato in Rigo® Riccardo Rigolio, presidente, Vincenzo Cattaneo, responsabile generale commerciale, Michele Giannuzzi Perfetti, formatore tecnico artistico di Rigo Academy ed Elisabetta Morelli, marketing e comunicazione.

Riccardo, che valutazioni avete fatto sullo scorso anno e quali sono i passi che farete in questo 2021?

Riccardo Rigolio- Siamo molto soddisfatti del bilancio dello scorso anno: siamo riusciti a chiudere senza flessioni e, soprattutto, abbiamo previsioni assai confortanti riguardo i prossimi mesi. Il 2020, tra l'altro, ci ha visti in prima linea per fare fronte alla difficoltà inaspettata della pandemia che abbiamo affrontato in maniera responsabile, propositiva e dinamica, buttando il cuore oltre gli



ostacoli e facendo tesoro della nostra competenza e della nostra resilienza. La Linea Sanitary è stata l'espressione più evidente di un sistema industriale che funziona e che è in grado di cogliere le istanze dei contesti e trasformarle in opportunità. A coronamento di tutto questo c'è stata l'opportunità che ci è stata offerta dalla testata Il Sole 24 Ore che ha

■ **La Linea Sanitary e la Rigo® Academy** sono due dei cantieri che dimostrano la capacità di Rigo® di rispondere alle esigenze contestuali e fanno parte della progettualità ad ampio respiro dell'azienda.





■ **La presenza di Rigo® sulla prestigiosa testata de Il Sole 24 Ore** testimonia la vivacità imprenditoriale dell'azienda oligietese e il suo sviluppo in essere.



pubblicato una nostra intervista dopo aver individuato in Rigo® una delle aziende più significative del territorio. È stata un'esperienza importante perché ci ha permesso di renderci conto della versatilità della nostra attività, del valore delle nostre strategie e delle potenzialità ancora da esprimere.

Proprio dal servizio che vi ha dedicato Il Sole XXIV Ore emergono i due driver principali della Rigo® di questi tempi: la capacità di reazione agli stimoli anche inaspettati e la propensione a proiettare all'esterno competenze consolidate. ■■■ **Elisabetta Morelli-** Sono due driver propri di un'azienda che è in costante evoluzione e che tiene il passo con il mercato e con le filiere cui si rivolge. Il primo aspetto, quello della reazione, ci ha portati a ripensare il sistema

produttivo e la gestione della nostra offerta; il secondo, quello della propensione all'esterno, ci ha consentito di studiare nuovi modi di diffondere la cultura della verniciatura a spruzzo.

In che termini avete rivisto le vostre strategie e tattiche produttive?

Vincenzo Cattaneo- Ottimizzazione ed efficientamento sono stati i due cardini su cui abbiamo rivisto le dinamiche della produzione e della logistica. L'impulso ad un aumento produttivo e la diversificazione del nostro business ci hanno portato a ottimizzare i prodotti e le linee studiando un sistema che ci consenta di intervenire sulla personalizzazione in seconda battuta, creando modelli che portino già in sé le caratteristiche di essere declinati secondo le diverse esigenze. Studiando tutti i prodotti e ottimizzandone le caratteristiche comuni possiamo ottenere un'economia aziendale che non banalizza la produzione ma che la rende più facilmente adattabile. La Linea Sanitary è l'esemplificazione di questo processo e il successo che abbiamo ottenuto ci fa pensare che siamo andati nella giusta direzione.

In pratica, dalla validità di una soluzione universale può nascere un'opportunità quando si ha la competenza di personalizzare i prodotti in funzione delle singole esigen-

ze. ■■■ **Vincenzo Cattaneo-** Esatto! Quando abbiamo assemblato la Linea Sanitary avevamo già tutto in casa: le macchine efficienti, il sistema produttivo, le competenze trasversali sui prodotti e sulle loro prestazioni. L'opportunità di mettere a punto un sistema in risposta alla nuova esigenza nata dalla pandemia è stato il 'la' per innestare sull'esistente il 'nuovo' necessario a creare ciò che serviva. Questo è stato possibile perché le nostre maestranze e i nostri professionisti hanno saputo e potuto partecipare fattivamente all'operazione e perché c'era una predisposizione ad agire in questa direzione.

Insomma un nuovo modo di pensare che avete poi declinato sulla Rigo® Academy. ■■■ **Riccardo Rigolio-** Ci siamo chiesti cosa serva veramente al professionista e abbiamo capito che dobbiamo creare una vera e propria





Per Rigo® l'Academy ■
 è il sistema
 attraverso il quale
 promuovere la cultura
 della verniciatura
 a spruzzo e la
 competenza per
 utilizzare le proprie
 macchine.

cultura sulla verniciatura a spruzzo per fare in modo che anche i nostri prodotti e le loro potenzialità vengano pienamente apprezzati.

I nostri studi ci hanno fatto comprendere che esiste una certa resistenza a cambiare il proprio modo di lavorare e per scardinare le abitudini bisogna saper raccontare e mostrare le opportunità che non si riescono a immaginare.

Rigo® Academy per noi significa vendere la competenza per utilizzare le nostre macchine.

Michele, qual è stato il passo successivo a questa presa di coscienza?

Michele Giannuzzi Perfetti- È stato un passo di crescita per la Rigo® Academy che si sta diversificando per diventare un dispensatore di cultura sulla verniciatura a spruzzo anche 'tailor made'. Questo significa che oltre ad avere un format

studiato e validato per i suoi obiettivi ha anche la possibilità di creare dei format su misura in funzione dei suoi interlocutori. E significa anche che i nostri corsi sono coniugabili in funzione delle esigenze degli interlocutori: produttori, distributori, artigiani o progettisti.

Quindi il mercato è maturo per approfondire la conoscenza con i sistemi di verniciatura a spruzzo?

Michele Giannuzzi Perfetti- Direi proprio di sì e la prima Home Edition che si è svolta presso la nostra sede della Rigo® Academy lo ha dimostrato chiaramente. Si è trattato di un corso che abbiamo preparato per un gruppo di professionisti di Roma che hanno conosciuto la nostra proposta formativa attraverso l'attività di comunicazione sui social e che avevano già esperienza nel campo

della verniciatura a spruzzo. Quindi abbiamo organizzato le lezioni confrontandoci sulle loro esigenze e sui contesti in cui si trovavano ad operare per declinare i moduli formativi in modo che potessero soddisfare le loro aspettative.

È stata un'esperienza di grandissima soddisfazione per loro ma anche per noi perché tra professionisti la condivisione dei patrimoni culturali è una ricchezza imprescindibile per continuare a perfezionare il lavoro. Con un'incredibile voglia di imparare e di conoscere ci siamo confrontati su tutte le potenzialità delle macchine Rigo® e la soddisfazione li ha portati a confermare già il corso di perfezionamento.

Stiamo parlando di tre caposquadra di un'impresa edile che gestiscono cinque applicatori a testa, abituati a cantieri di un certo livello. Loro avevano la necessità di trovare un'attrezzatura per certi tipi di lavoro ma sono usciti da Rigo® con la sorpresa che potevano farne ben altri!

Poi c'è stata l'esperienza con gli applicatori di un'azienda di verniciatura industriale e, anche in questo caso, i contenuti dei corsi sono stati adattati alle loro esigenze.

Per loro abbiamo fatto uno studio sui materiali e sui manufatti sui quali operano per capire quali tipo di tecnica e di macchina potesse soddisfare i loro bisogni.

Abbiamo avuto come ospiti i collaboratori di un importante studio interior designer di importanza nazionale che hanno scoperto con piacere le infinite possibilità delle attrezzature Rigo® anche in termini di decorazioni di interni.

E, ancora, abbiamo ospitato tre giovani artisti del progetto artColorBike che hanno utilizzato la verniciatura a spruzzo per realizzare le loro opere. E, non ultimo, abbiamo avuto la possibilità di portare la conoscenza dei

nostri sistemi in occasione del progetto ColorAID, un'occasione per fare edilizia etica e per parlare della verniciatura a spruzzo ai ragazzi e agli artigiani che hanno lavorato al progetto. Prosegue, come da programma, la collaborazione tecnica con aziende produttrici di prodotti decorativi e vernicianti già iniziata lo scorso anno. Per finire, abbiamo un contatto attivo con Anvides per creare una sinergia importante con la finalità di fare cultura sugli applicatori.

Il 2021 riserverà novità anche in termini di prodotti?

Vincenzo Cattaneo- Certo! Stiamo lavorando alla realizzazione di una nuova turbina dove stiamo ricercando un ancora miglior livello di silenziosità con prestazioni ulteriormente potenziate. Stiamo studiando un aerografo di nuova generazione sempre con chiusura contemporanea di aria e prodotto ma con regolazione indipendente dei flussi, con un look completamente rinnovato di design originale Rigo®.

Abbiamo messo a punto una terza pistola per schiume poliuretaniche con l'obiettivo di completare il panel di offerta di novità in questo ambito.

Riccardo: c'è anche una sorpresa ■■■ **Riccardo Rigolio**- È vero, una sorpresa che sveleremo nel



■ Nella foto sotto, da sinistra, il team di Rigo®: Elisabetta Morelli, Ankica Perkovic Ghirardi, Vincenzo Cattaneo, Riccardo Rigolio e Michele Perfetti.



corso dell'anno e che ci permetterà di celebrare la verniciatura a spruzzo in maniera memorabile, con il ritorno di modelli di grandissimo prestigio e con il lancio di tre pistole uniche nella meccanica e nell'estetica!

Elisabetta, tante novità comportano un vero e proprio sforzo di marketing e comunicazione ■■■

Elisabetta Morelli- Certo! Continueremo la nostra strategia di branding che ci ha consentito ad oggi di perfezionare e definire la nostra identità con successo.

Dopo la presenza su Il Sole XXIV Ore siamo già partiti alla grande implementando sito e social, rinnovando la nostra presenza sulle testate di settore e partecipando a due progetti che ci stanno molto a cuore: ColorAID per la sua vocazione etica e artColorBike per quella artistica.

Le nostre scelte di comunicazione si propongono di parlare a un pubblico di interlocutori sempre più vasto in virtù dell'ambizione di diventare ambasciatori della cultura nella verniciatura a spruzzo: vorremo che se ne comprendessero l'utilità, la duttilità e la trasversalità.

Stiamo mettendo a punto un sito dedicato alla Rigo® Academy collegato a quello principale ma con una sua personalità e con l'obiettivo di renderlo una vetrina per i nostri corsi e una fonte di informazione e di ispirazione per gli utenti che potranno conoscere i contenuti e le declinazioni più consone alle loro esigenze. Sarà anche possibile procedere alle iscrizioni scegliendo i moduli richiesti. Non mancheranno ovviamente l'ideazione e la produzione di tutti i contenuti e supporti necessari a promuovere e descrivere i nostri prodotti e le nostre attività. ■

