



Bilancio positivo, prospettive interessanti!



UN COMMENTO ALLA COPERTINA

"Non è facile raccontare in un'immagine tanta ricchezza di contenuti - spiega Elisabetta Morelli, responsabile comunicazione Rigo®-. Per questa copertina di Colore & Hobby abbiamo privilegiato quattro elementi. Il primo è nel claim "Con Rigo® non c'è gara... su qualunque superficie". Abbiamo voluto affermare la completezza della gamma e l'alta qualità che la connota. Il secondo elemento è la frase "Il piacere di verniciare". Funziona da fil rouge per tutto ciò che attiene la nostra azienda e racconta la nostra mission: ogni volta che viene studiato o migliorato un prodotto lo si fa per rendere più semplice e migliore il lavoro di chi applica le vernici. Il terzo elemento è l'immagine di sfondo: le nostre brochure suggeriscono a livello visivo la duttilità dei nostri prodotti e sono estremamente colorate perché, in fin dei conti, è proprio il colore che fa il nostro business. Il quarto elemento è il 'sistema Rigo® aerografo e turbina': è lui la vera superstar che dimostra tutta la sua unicità e risalta alla vista di chi osserva la pagina... anche distrattamente!".

Non si ferma l'onda lunga dell'evoluzione di Rigo® che presidia sempre più saldamente il settore della verniciatura a spruzzo con soluzioni progettuali all'avanguardia e con prodotti fortemente orientati al cliente e costantemente ottimizzati e rinnovati nel nome dell'efficienza e della funzionalità.

"Anche questo 2015 è stato caratterizzato, sotto tutti i punti di vista, da una crescita costante -dice Riccardo Rigolio, amministratore delegato dell'azienda-. Abbiamo implementato ulteriormente la nostra produzione

Nelle foto in queste pagine, alcuni dei prodotti Rigo® di maggiore gradimento. Per l'azienda il 2015 è stato un anno di crescita costante e il 2016 si preannuncia ricco di novità e iniziative destinate a consolidarne il successo.



“
A Rigo®
fanno il punto
sull'anno appena
trascorso e
cominciano
a tracciare le
strategie e
gli obiettivi
per il prossimo
2016: il bilancio
è positivo e le
prospettive
molto
interessanti!



con prodotti e soluzioni destinate a rendere la nostra offerta ancora più completa e rispondente ai bisogni degli operatori. E' stata completata la nostra rete di agenti e oggi siamo presenti su tutto il territorio italiano ampliando, in questo modo, le nostre opportunità commerciali. Abbiamo lavorato sulla comunicazione e sull'immagine, per esempio con il nuovo sito, studiando modalità di proposizione delle nostre macchine che le rendessero sempre più pienamente comprensibili e facilmente utilizzabili. C'è stata grande attenzione al marketing e alle relazioni, raccogliendo sempre più informazioni sui consumatori e sul mercato in modo da concepire soluzioni centrate e razionali. Infine, ci siamo concentrati sulla logistica e sull'organizzazione dell'azienda perché tutto deve essere funzionale al processo evolutivo che stiamo vivendo".





ACT-AS HVLP PRO



AXV-S LVLP PRO



TMR180EN

“La strategia per il 2016 prevede il consolidamento dei risultati acquisiti in questi ultimi anni. Innanzitutto, vogliamo portare a compimento il processo qualitativo che caratterizza il nostro flusso industriale -dalla progettazione alla produzione, dalla logistica alla tracciabilità fino al customer care-. I nostri nuovi programmi ci renderanno sempre più efficienti in termini di gestione del prodotto lungo tutto il suo ciclo di vita.

Per quanto riguarda le macchine è prevista, tra le altre novità, la messa



CT18 CART TURBINA POKER HVLP

a punto della 'generazione due' degli aerografi -una gamma che sta conoscendo un grande successo grazie alle performance al di sopra di ogni aspettativa anche comparate con i competitor più blasonati- per la quale è in arrivo anche un nuovo look, l'ottimizzazione della turbina a zaino che avrà una configurazione più professionale e altre novità inerenti il mondo delle pistole -racconta ancora Riccardo Rigolio-.

“Da un punto di vista commerciale lavoreremo sempre di più per creare una cultura dei nostri prodotti -racconta Vincenzo Cattaneo, direttore commerciale Rigo®-. I nostri agenti sono e devono essere sempre più emissari dell'azienda e portatori di quella conoscenza che è indispensabile a creare il bisogno del consumatore. D'altronde, lo sviluppo del mercato è fondamentale e importantissimo, sia a livello relazionale che di business. Ovviamente, a cascata, organizzeremo e parteciperemo ancora agli Open Day che sono un momento indispensabile per stringere i contatti con i nostri distributori e con gli artigiani.

Sul fronte fiere, oltre a confermare la nostra partecipazione a FEL che sarà anche nel 2016 un momento a noi gradito per la sua formula 'festaiola', abbiamo deciso di tornare al Farbe, per ribadire l'autorevolezza dei nostri prodotti già molto presenti all'estero. Infine, stiamo valutando la partecipazione a manifestazioni fieristiche in altri Paesi”.

