

La verniciatura a spruzzo e l'anno che verrà

E' facile per Rigo® fare un bilancio dell'attività dell'anno che si sta chiudendo: da cinque anni, infatti, ha tracciato una strategia imprenditoriale e commerciale a lungo termine, stabilendo obiettivi intermedi precisi e concreti puntualmente raggiunti. L'organicità del progetto e la sua realistica hanno consentito di enfatizzare i punti di forza dell'azienda e di correggerne le debolezze con il risultato che oggi Rigo® offre al suo mercato una gamma di prodotti estremamente specializzata e declinata in modo da soddisfare tutte le esigenze in materia di verniciatura a spruzzo. Con una convention che si è tenuta lo scorso mese di settembre nell'accogliente cornice di Caffè Teatro a Samarate, in provincia di Varese, Riccardo Rigolio e la sua squadra hanno presentato agli agenti e ai collaboratori il punto della situazione del 2015 e i progetti per il 2016.

PROGETTUALITÀ, modularità e funzionalità

“Tra le evidenze positive della nostra attività c'è sicuramente la progettualità: tutto quello che abbiamo fatto e che facciamo -dallo studio delle linee di azione, alla calendarizzazione delle singole competenze, alla organizzazione e gestione della produzione, alla pianificazione commerciale, alla cura delle relazioni e delle comunicazioni- è governato dalla regola dell'organicità. Siamo convinti che non si possa far bene se non si ha



■ A sinistra, Riccardo Rigolio; a destra, Vincenzo Cattaneo e sotto, Elisabetta Morelli. Sopra, a fianco al titolo, un momento della convention Rigo® 2015; sotto, nella pagina a fianco, due scorci del nuovo Colorificio Rigolio.

“
Alla convention Rigo® si sono fatti bilanci e raccontati progetti per rendere ancora più concreta e comprensibile una strategia aziendale ben architettata e gestita.”

una visione a 360 gradi di quello che si fa -ha affermato Riccardo Rigolio, amministratore delegato di Rigo®-. A questo principio si connette strettamente quello della modularità del nostro modo di lavorare: siamo convinti che siano i passaggi intermedi sui quali puntualmente ci confrontiamo che consentono di raggiungere gli obiettivi a media scadenza i quali, a loro volta, conducono alla realizzazione di quelli di lungo periodo. E poi c'è l'aspetto della funzionalità delle nostre strategie. Ogni nuova soluzione e modifica ai prodotti e ai servizi viene introdotta e valutata in merito alla funzionalità che ha per gli operatori che lavorano con noi, con lo scopo di generare un circolo virtuoso dal quale guadagnano tutti”.

Concretezza, chiarezza ed EFFICIENZA

“Alla base dei prodotti Rigo® e del loro successo c'è sicuramente il valore della concretezza. Grazie al costante lavoro sul territorio siamo





in grado di cogliere tutte le esigenze di applicatori e distributori e, quindi, di tradurle in prodotti e servizi che siano in grado di soddisfarle -spiega Vincenzo Cattaneo, direttore commerciale Rigo®-. Tutto questo è ben chiaro a chi lavora con noi e per noi ed è, quindi, facile creare un tutto armonico che funziona in sintonia e in modo complementare. Essere efficienti è uno dei nostri must che siamo riusciti a raggiungere grazie ad una razionalizzazione dei cicli produttivi, dei magazzini e dei cicli di

vendita guadagnando anche in termini di coerenza di tutta la filiera”.

COMUNICARE, condividere, fare gruppo

“Rigo® ha investito molto anche sulla comunicazione e sulle relazioni -dice Elisabetta Morelli, responsabile della comunicazione- perché siamo convinti che creare un network di persone intorno all’azienda non faccia altro che consolidarne e potenziarne i successi. Abbiamo lavorato molto sull’immagine coordinata, abbiamo dedicato molto spazio alla comunicazione sulla stampa tradizionale e sui social media, abbiamo organizzato e partecipato a manifestazioni fieristiche e abbiamo attivato un flusso di informazione costante che ha fatto crescere la notorietà del marchio e dei prodotti”.

Rigo® nel 2016

Nel 2016 ne vedremo delle belle, a partire dalla partecipazione al

Farbe di Monaco, l’appuntamento mondiale più importante per chi lavora nel mondo dei colori. “E’ un altro obiettivo centrato -argomenta Riccardo Rigolio-: in realtà noi lavoriamo già moltissimo con l’estero, ma partecipare alla manifestazione fieristica di riferimento è una sorta di investitura per affermare a chiare lettere la nostra identità di azienda all’avanguardia in termini di prodotti e servizi”.

Poi ci saranno i nuovi prodotti e le nuove soluzioni -tra tutti citiamo il nuovo Kombi, la pistola schiuma poliuretana Pu-Multi e il Rokit per le turbine-. “Il nostro punto di forza continua ad essere la capacità di creare prodotti ‘componibili’, declinabili secondo le necessità d’uso cui sono destinati, e quella di dare al mercato la possibilità di scegliere quello che gli occorre -dichiara Vincenzo Cattaneo-”.

E anche la comunicazione del 2016 è già stata organizzata in funzione di due messaggi forti che faranno parlare di Rigo®: “il primo (“Con Rigo® non c’è gara... su qualunque superficie”) è di carattere più pragmatico -dice Elisabetta Morelli-, il secondo (“I mondi della verniciatura a spruzzo”) è più concettuale: entrambi hanno in comune la profondità e la completezza con cui raccontano l’azienda”. ■



E C’È ANCHE IL COLORIFICIO RIGOLIO!

Tra le attività della famiglia Rigolio, già due generazioni fa si produceva colore e lo si rivendeva attraverso tre punti vendita lungo l’asse Milano-Varese. Riccardo ha raccolto una vocazione che è evidentemente genetica e ha deciso di rilanciare il colorificio di Olgiate Olona riorganizzandone offerta merceologica e struttura per raccontare al mercato che quando il colore è una passione è facile saper creare macchine perfette per applicarlo e strutture ideali per venderlo!

