

**Anche quest'anno i risultati di Rigo® non deludono: l'azienda lombarda chiude l'anno con un bilancio di tutto rispetto!**

“Nel 2016 abbiamo terminato la strutturazione della nostra rete commerciale Italia e oggi copriamo tutto il territorio della penisola con un totale di 36 agenti e una capillarità di presenza mai raggiunta prima - spiega Riccardo Rigolio, amministratore delegato di Rigo®-. A questa ristrutturazione è corrisposto un cospicuo aumento dei clienti sul territorio con una crescita della produzione e del fatturato”.

Dati che rispecchiano la coerenza



# Un altro **anno** chiuso alla **grande!**

della strategia aziendale tracciata quattro anni fa e proiettata sul lungo periodo in maniera obiettiva e lungimirante.

**Al consolidamento della rete di vendita e alla performance positiva di Rigo®** è corrisposta un'implementazione dei processi industriali che ha permesso di stabilizzare i ritmi produttivi e di diversificarli in funzione dei nuovi prodotti.

“L'ottimizzazione della qualità dei nostri articoli e delle dinamiche produttive rimane un caposaldo dei nostri obiettivi aziendali -continua Riccardo Rigolio-: ai nostri prodotti

“

**Rigo®** chiude il 2016 con un **bilancio più che positivo** in termini di business e di contenuti. E il **2017** porterà altre **sorprese...**

”



vengono riconosciute caratteristiche di performance che ci consentono di essere un punto di riferimento per gli operatori del settore. E' di quest'anno il successo dell'aerografo RDZ Plus, specialista in materiali pesanti e alleato per l'applicazione di plastici, stucchi, malte e intonachini e dell'aerografo MIL Plus, specialista del secco e soluzione ottimale per l'applicazione di paillettes, granulati secchi e leggeri, materiali fonoassorbenti, borotalco e sughero macinato”.

Ma non basta. Nel 2016 il lavoro di Rigo® si è concentrato sulla collaborazione con altre aziende

del mercato -racconta Vincenzo Cattaneo, direttore commerciale di Rigo®-”.

**Gli open day e il lavoro sul territorio** hanno generato interesse e sensibilizzazione da parte di distributori e artigiani come: Giardino Colori -Novara, Napolitano -Napoli, Color Effe -Bologna, Color Service -Verona, GiàColors-Macerata, Edilferramenta Pesca Russo -Latina, Maglianella 80 -Roma, Geocolors -Verona, ArteCartongesso -Varese, che riconoscono ai prodotti Rigo® una leadership acquisita tra le attrezzature a spruzzo, le turbine e le

pistole per schiume poliuretaniche. “Sono molteplici le fonti dalle quali traiamo ispirazione per i nostri prodotti nuovi. Spesso le nuove soluzioni nascono da altre che avevamo precedentemente messo a punto, progetti nel cassetto per i quali i tempi non erano maturi oppure per i quali non era stata fatta una comunicazione coerente -prosegue Riccardo Rigolio-. Per il prossimo anno lanceremo la pistola per silicone, un attrezzo che ha più o meno lo stesso target di riferimento delle pistole per schiume poliuretaniche e con un mercato decisamente più ampio. Ebbene sono stati proprio gli



produttrici della filiera dei prodotti vernicianti, per esempio, Sikkens AkzoNobel in occasione della fiera FEL di Vicenza, Crer nella messa punto dell'aerografo specifico per l'applicazione di materiali a base resina bi e tricomponente e, ancora, Decoresin, Idealwork, Liwrea e Pinturas Monto.

“Anche questa attività rientra in un percorso che intendiamo proseguire nel 2017: siamo convinti che la stretta collaborazione con altre aziende possa contribuire a farci crescere, a creare articoli con un valore aggiunto tangibile e perfettamente rispondenti alle esigenze

■ **Nelle immagini in queste pagine**, il team Rigo®, uno degli ingredienti del successo dell'azienda che prosegue la strategia a lunga scadenza messa a punto quattro anni fa; **sotto**, da sinistra, Elisabetta Morelli e Licia Mischiatti.



operatori a sollecitare una nostra offerta anche in questo ambito e oggi c'è anche questo progetto, perfettamente in sintonia con le caratteristiche dei nostri altri -dice Rigolio-. Ancora, tra le novità per il prossimo anno ci sarà una nuova turbina eco, pensata per un target neofita, anche non professionale, che deve avvicinarsi al sistema di spruzzatura HVLP. E' un'indicazione che abbiamo avuto dal mercato per proporre un prodotto basico che permettesse di rendere più facili ed accessibili tutte le potenzialità dell'applicazione a spruzzo HVLP

Oggi l'offerta di Rigo® è pressoché

completa ed è proprio questo catalogo che ha contribuito a decretarne il successo e il presidio sul territorio. Da queste valutazioni nasce, quindi, un altro grande progetto per il 2017, ovvero, quello di strutturarsi per andare a ‘conquistare’ in modo organico i mercati esteri.

“La considerazione prende origine dal lavoro che abbiamo fatto qui in Italia dove in pochi anni abbiamo ottenuto un notevole successo: il pensiero a questo punto è stato quello di provare ad ‘esportarlo’ all’estero -argomenta Riccardo Rigolio-. Abbiamo deciso di partire dal mercato tedesco perché siamo convinti che sia il più

tedesco ha una buona disponibilità economica e che sceglie generalmente prodotti di prim’ordine”.

Per poter affrontare questo ambizioso progetto a lunga scadenza è entrata a far parte di Rigo® una nuova professionista, Licia Mischiatti, che si occuperà di sviluppare il mercato tedesco insieme al management.

“Abbiamo deciso di affidare lo studio del mercato a una professionista specializzata perché anche in questo caso siamo convinti che solo un approccio serio e sistematico possa dare origine ad un lavoro positivo e di qualità -racconta Riccardo Rigolio-“.

per affrontare al meglio le esigenze dei clienti insieme al collaudato team Rigo®.

**E per un’azienda che si evolve** alla velocità con cui lo sta facendo Rigo®, la comunicazione è una funzione tanto fondamentale quanto tattica: nel 2016 Elisabetta Morelli, responsabile clienti Italia marketing e comunicazione, ha proseguito un accurato e puntuale lavoro di produzione di nuovi strumenti quali, per esempio, cataloghi e immagini, ha implementato il sito e ha presidiato con costanza e fair play il mondo social producendo DEM e comuni-



significativo sul quale testarsi. Innanzitutto, i tedeschi sono bravi e sono un punto di riferimento sui mercati internazionali per ciò che concerne la competenza a proposito di materiali e strumenti per edilizia. Questo ci permette di far apprezzare i nostri prodotti ad alto valore aggiunto”.

“Partire dal mercato tedesco ci permette di affinare fin da subito le nostre strategie. Sappiamo che sono utilizzatori esigenti e tecnici preparatissimi: riuscire con loro significa poter affrontare anche altri mercati con uguale autorevolezza -spiega Vincenzo Cattaneo-. Non ultima, ha pesato l’analisi che il mercato

“Mi sono trovata subito bene in Rigo®: i loro prodotti hanno una spiccata natura tecnica che mi è stata spiegata nei dettagli e le loro strategie sono ben organizzate e ben argomentate. Le persone sono state accoglienti e professionali e tutto questo mi ha consentito di entrare immediatamente in sintonia con la struttura e con la mia mission -ha dichiarato Licia, che lavorerà fianco a fianco con Ankica Perkovic Ghirardi, già conosciuta sul mercato come responsabile dei clienti esteri. Ankica gestisce logistica e customer service della Rigo® con la sua pluriennale esperienza e competenza

cazioni ad hoc per tutti gli operatori del settore.

“Per il prossimo anno abbiamo in animo di aprire anche un account Instagram e di spingere maggiormente sull’attività di newsletter per stringere ancora di più il rapporto che abbiamo con i nostri clienti e per trovarne di nuovi. Continueremo la comunicazione con le testate di settore e organizzeremo open day presso i nostri distributori.

Insomma, in questi anni abbiamo acquisito un vantaggio competitivo grazie ad un lavoro coordinato e continuativo: vogliamo proseguire in questa direzione”. ■