



Solida sul passato, centrata sul presente, proiettata al futuro

“ **Ottant'anni** di attività sono un **traguardo importante**, un momento fondamentale per fare **bilanci** e immaginare il **futuro**. È così anche per **Rigo®**, un'azienda che ha molto da raccontare e che non si ferma mai. ”

Sono passati ottant'anni dall'inizio dell'attività di Rigo®: un arco temporale che è stato contraddistinto da accelerazioni e cambiamenti sincopeati del contesto sociale, da periodi di crisi e di prosperità economica, da profonde rivoluzioni nel mondo del lavoro e da sensibili trasformazioni culturali.

In questi decenni Rigo® è cresciuta, ha modificato il suo business, ha

sperimentato nuovi ambiti operativi, ha aperto la sua attività a contaminazioni da parte di altri settori, ha allargato i suoi orizzonti geografici e si è evoluta all'unisono con le suggestioni che venivano, di volta in volta, da quello che accadeva dentro e fuori l'azienda.

Oggi è un'attività fortemente centrata sul presente con una visione prospettica sul futuro e la consape-

volezza del suo passato.

Il suo segreto?

Non è un segreto! È la capacità di ascoltare e vivere il mercato, di pensare e costruire strumenti per lavorare e di muoversi in sintonia con ciò che la circonda.

La VETRINA di Rigo®

Guardando la vetrina espositiva nella sala riunioni in sede, a Olgiate Olona, è chiaro che già il nonno dell'attuale presidente -anch'egli di nome Riccardo- e il padre -Rolando- avevano fatto propria una grande verità: produrre per rispondere alle esigenze del mercato.

Così è successo negli anni Quaranta, con la produzione di pompe a mano per imbiancatura a calce, negli anni Cinquanta, con la produzione di pitture e vernici, negli anni Sessanta, con l'introduzione della tecnologia HVLP e delle turbine, negli anni Settanta, con l'inserimento di nuove macchine professionali per la verniciatura a spruzzo per grandi

RICCARDO RIGOLIO, PRESIDENTE RIGO®

“Per me Rigo® è da sempre. È l'azienda di famiglia e quella in cui sono cresciuto, cercando costantemente di fare meglio e di più, impegnandomi a capire cosa serve e cosa manca per poterlo progettare e costruire. Qui dentro ci sono il mio cuore e la mia passione, la possibilità di fare la differenza, di risolvere necessità, di creare nuovi mercati, di sviluppare nuovi progetti. Quello che amo di più è vedere l'evoluzione continua, percepire la capacità che abbiamo sviluppato di dare risposte e fare proposte, di trasformare i prodotti in soluzioni. Ho già rivoluzionato la Rigo® quattro volte, rivedendone i flussi produttivi e le dinamiche aziendali, risistemando la logistica e studiando le strategie più opportune per il settore, ogni volta con lo stesso entusiasmo e la stessa energia. Un'azienda capace di cambiare è un'azienda che ha un posto importante e meritato nel mercato e così è come vedo Rigo®”.

superfici, negli anni Ottanta, con la produzione di pistole per la schiuma poliuretana.

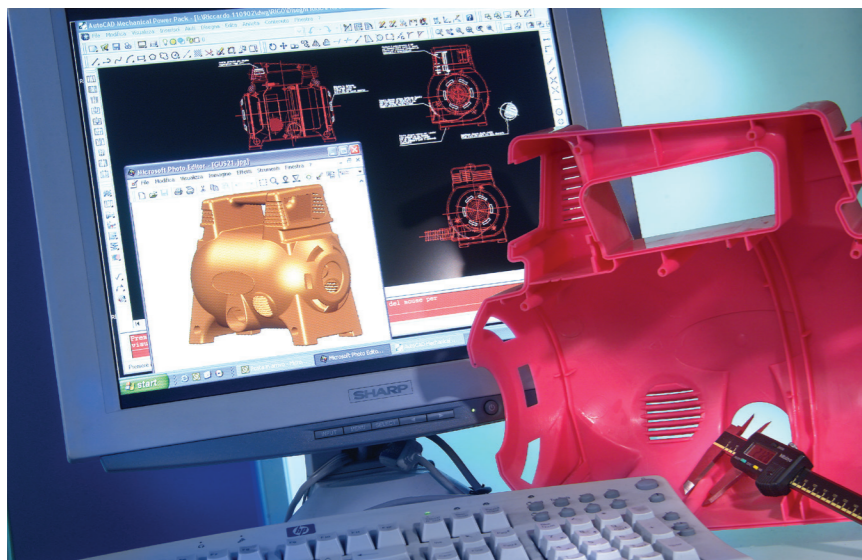
Dal 1992, con l'ingresso della terza generazione in azienda, c'è stata un'ulteriore svolta nell'attività di Rigo®: dalle risposte alle esigenze del mercato si è passati alle proposte per il mercato, allo studio di nuove soluzioni che originassero valore aggiunto agli operatori della filiera, strumenti lavorativi per ottimizzare la quotidianità e le performance dei professionisti.

Nella vetrina di Rigo® cominciano, quindi, ad apparire nuove turbine, nuovi aerografi, nuove macchine

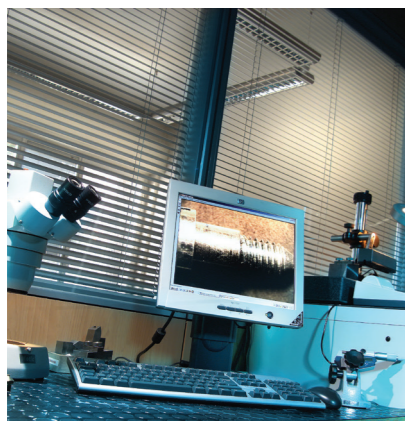
altamente professionali: le turbine TMR, le Multirigo serie E, il Trolley, il CART Turbina, le nuove pistole HVLP PRO, le nuove pistole per schiuma poliuretana, una serie di accessori rivoluzionari che completa e integra un'offerta sempre più completa e in anticipo sul mercato. Ma c'è di più: quando le capacità di ascolto, di risposta, di intuizione e di proposta coincidono, in Rigo® nascono soluzioni come la gamma Rigo® Sanitary, la gamma messa a punto in tempo record per coadiuvare le operazioni di sanificazione in tempo di Covid.

Eccola, dunque, la vetrina comple-





legando il suo nome ad eventi come artColorBike -nel contesto del Fuorisalone di Milano e in collaborazione con l'Accademia di Brera-, a designer come Andrea Castrignano, a creativi come Riccardo Sivelli e Gian Luigi Delpin, a convegni come quelli tenuti sotto l'egida del ColorDay, a sponsorizzazioni come quelle della Cross-Country Ski World Cup e del campionato di calcio a cinque Color 5, alla costante partecipazione al ColorAid nel suo percorso di edilizia etica e al sostegno del progetto Save The Children a favore dei bambini dell'Ucraina.



VINCENZO CATTANEO, RESPONSABILE COMMERCIALE GENERALE RIGO®

"Rigo® è la quarta azienda del mio percorso lavorativo: ci sono approdato nel 2011 dopo le esperienze pregresse fatte in realtà diverse tra loro per dimensione e per business. Posso dire con serenità e sicurezza che Rigo® è una bella azienda, fatta di persone e non di funzionari, di volti e non di maschere. Tutto ciò è fondamentale per arricchire e arricchirsi, personalmente e professionalmente. Il mondo in cui lavoro oggi mi ha dato modo di esprimere le mie capacità, di sviluppare tante relazioni, di conoscere molti professionisti, di divertirmi, di utilizzare e trasmettere tutta la mia passione per ciò che faccio. In Rigo® io mi diverto e, lo confesso, non riesco a non portarmi il lavoro a casa! Perché la resilienza di Rigo® ha dato anche a me la possibilità di essere fautore di continui cambiamenti e miglioramenti".

ta che serve ad esporre un percorso coerente e costante verso la piena soddisfazione e integrazione dell'attività dell'azienda olgiatese nel settore dell'edilizia.

PRESIDIARE per consolidare, FORMARE eper crescere

Presente su tutto il territorio nazionale, con i Rigo® Point l'azienda olgiatese ha recentemente costruito una rete di negozi qualificati che svolgono la funzione di punti di assistenza ufficiali ed autorizzati per i prodotti Rigo® e che dispongono sempre, a magazzino, dell'intera o di vasta gamma di articoli e di tutti i ricambi. In questo modo si fa esplicita la volontà di andare a presidiare la

distribuzione, di avvicinarsi sempre di più alla sua filiera di riferimento creando il reciproco vantaggio di un'interazione ottimizzata in termini pratici e relazionali.

È una strategia commerciale che consolida le relazioni tra azienda, agenti e distributori, a tutto vantaggio di un profondo interscambio di informazioni e dello studio di tattiche tagliate su misura per ogni interlocutore.

C'è un altro tassello fondamentale per consacrare un'azienda al suo ruolo autorevole ed è quello che riguarda la formazione che è in grado di erogare per creare quella cultura di settore indispensabile a qualificare tutti gli operatori.

Per questo Rigo® ha creato la sua

Academy e l'ha declinata nei formati necessari affinché andasse incontro alle esigenze di tutti, lavorando incessantemente sui contenuti, sui tempi e sulle persone che fossero adatte a trasmettere teoria e pratica ai destinatari.

Si è premurata, inoltre di presenziare con dimostrazioni tangibili in occasione delle fiere e degli open day dei rivenditori, collaborando a stretto giro con i suoi professionisti di fiducia.

Il Team Rigo®, costola dell'esperienza formativa Rigo®, si compone di una squadra di professionisti dimostratori che hanno il ruolo di esporre e far toccare con mano tutte le potenzialità e il valore delle macchine Rigo®: sono esperti nell'uso delle

attrezzature, in grado di individuare nuovi spunti applicativi, nonché di suggerire modifiche o opportunità come solo un'approfondita conoscenza consente di fare.

E da qui nasce una collaborazione a tutto vantaggio del mercato che trova la sua ultima e validissima espressione nei corsi in podcast (ascoltabili su Radio Colore) che permettono a neofiti ed esperti di avere il conforto della vicinanza dell'azienda e dei suoi professionisti in tutti i momenti.

La BUONA COMUNICAZIONE, un altro tassello fondamentale

Nella crescita organica di Rigo® non poteva mancare l'attività di comunicazione, curata e coordinata, precisa e puntuale, strategica e coinvolgente. Dalla nuova testimonial 'virtuale' del CART Turbina -Giulia-, al nuovo catalogo -snellito e di facile consultazione, esaustivo e chiarificatore-, ai social sempre aggiornati. Dalla comunicazione sulla stampa di settore alla presenza capillare con depliant, leaflet e gadget utili, filmati divulgativi.

Linguaggio tecnico ma non noioso, paradigmi espressivi facili ma non

ELISABETTA MORELLI, COMUNICAZIONE RIGO®

"Sarebbe riduttivo definirla l'azienda in cui lavoro da più di trent'anni. Perché è di più di questo. È un gruppo di persone che mi sono sempre state a fianco nei momenti principali della mia vita. Sono cresciuta insieme a questa azienda, non solo professionalmente ma anche personalmente. Rigo® ha saputo offrirmi opportunità lavorative differenti, consentendomi sempre di apprendere e di cambiare, di migliorare e migliorarmi. Ho lasciato spesso il chi 'ero' per diventare un 'sarò', mettendomi ogni volta in gioco con la motivazione giusta per lavorare a qualcosa a cui tengo davvero molto. In Rigo® il voler raggiungere successi personali equivale a voler portare al successo tutta l'azienda. Perché qui non solo si punta alla perfezione, ma non ci si dimentica mai dell'importanza di fare continui progressi, premiando la determinazione a non arrendersi mai, cercando sempre il meglio nell'interesse di questa nostra realtà olgiatese. È per questo che, pur rimanendo una dipendente, quando dico la parola 'nostra', non è un fatto casuale".

banali: per Rigo® raccontare e raccontarsi vuol dire farsi comprendere e non è cosa da poco.

Oltre i prodotti, il BRAND che fa parlare di sé

Come tutte le aziende degne di chiamarsi tali, consolidata la propria autorevolezza progettuale e produttiva, Rigo® ha cominciato ad occuparsi del suo brand e della necessità di farsi conoscere e riconoscere come una realtà in grado di dare risposte, costruire proposte e creare valore. Lo ha fatto partecipando a manifestazioni fieristiche di rilievo come il FAF, in Germania, il FEL e l'Hardware Forum, in Italia.

E lo ha fatto partecipando a iniziative culturali, sportive e benefiche:

Rigo® nel FUTURO

C'è tanto per il futuro di Rigo®: miglioramenti dei prodotti già esistenti -per esempio, della gamma delle pistole per schiume poliuretaniche e del CART Turbina con la soluzione di poter inserire nel sistema direttamente la latta di vernice-, nuove soluzioni -per esempio, Slim, la versione componibile del sistema carrello-turbina, le nuove turbine e la nuova pistola-, nuove strategie commerciali a tutto vantaggio dell'ottimizzazione della filiera. Ma i cassetti di Rigo® sono pieni di progetti, vecchi e nuovi, di idee tenute in stand by per scegliere il momento e la situazione più opportuna per riscoprirle, elaborarle e, ancora una volta, contribuire alla crescita del settore e dei suoi operatori. ■