

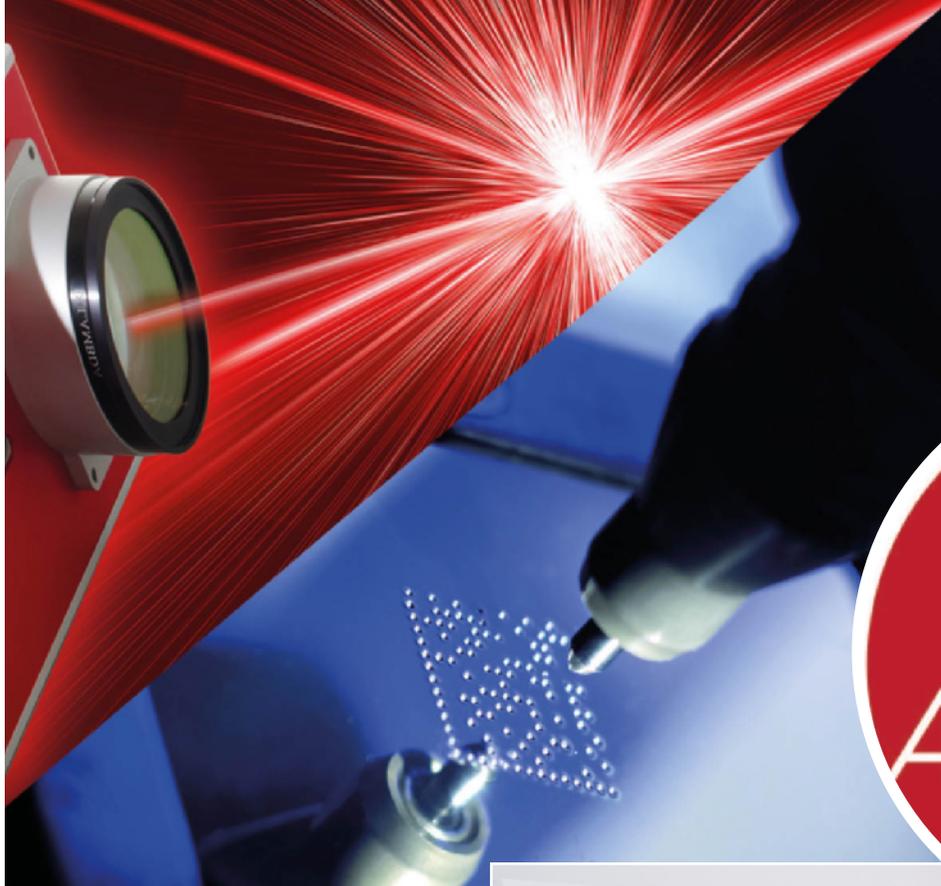
# NEL SEGNO DELL'INNOVAZIONE TECNOLOGICA



Valeria Borra, dell'ufficio marketing e comunicazione di Ridix.

UNA REALTÀ MOSSA DA SEMPRE DALL'INNOVAZIONE TECNOLOGICA, CHE L'HA FATTA COSTANTEMENTE PROGREDIRE DURANTE I SUOI 50 ANNI DI CAMMINO FIN QUI TRASCORSI. DI TALE REALTÀ CI HA PARLATO NEL CORSO DI QUESTA INTERVISTA VALERIA BORRA, DELL'UFFICIO MARKETING E COMUNICAZIONE DI RIDIX SPA.





Tecnologie per la marcatura.

### Quando è nata la vostra azienda e come si è sviluppata nel corso degli anni?

Nata nel 1969, Ridix SpA importa e rappresenta sul mercato italiano Case europee di elevato valore tecnologico, in grado di offrire soluzioni di altissima qualità e tecnologia in diversi ambiti applicativi, tra cui spiccano in particolare il settore della meccanica di precisione, l'aerospazio e l'automotive. La nostra azienda, che festeggia dunque nel 2019 i suoi primi 50 anni dalla fondazione, ha iniziato la sua attività come importatrice di macchine utensili, ma nel giro di poco tempo ha cominciato ad affiancare a tale rivendita quella di prodotti di consumo, guidata da quel germe dell'innovazione che da sempre la accompagna. Vendendo, per esempio, fresatrici ad alta velocità o centri di lavoro, ha infatti ben compreso che, a fronte di un mercato che a un certo punto sarebbe stato saturo, il prodotto di consumo avrebbe svolto un ruolo centrale all'interno del suo business. Nel corso degli anni Ridix ha quindi man mano affiancato alle macchine utensili questi prodotti, arrivando così a offrire oggi valide ed efficaci soluzioni a 360° nei settori in cui si muove.

### Come si articola nello specifico la vostra diversificata offerta di prodotti?

L'attività di Ridix riguarda oggi un ventaglio



Il team Ridix.

di prodotti che può essere suddiviso in alcuni ambiti distinti, vale a dire: lubrorefrigeranti e oli da taglio, di cui fa parte il rinomato olio Blaser, marchio svizzero che rivendiamo dal 1976; utensili di precisione, in metallo duro e diamante; macchine utensili, prodotti con cui Ridix è nata e che attualmente vanno dalle fresatrici ad alta velocità agli impianti di additive manufacturing, oggi tra i nostri cavalli di battaglia, fino ai torni tradizionali a controllo numerico; marcatrici industriali, con macchine sia a micropercussione e incisione sia laser che riescono a coprire a tutto campo le richieste dei clienti; normalizzati per stampi; attrezzature in generale, con prodotti che vanno dalle pinze di serraggio ai giunti rotanti, ai mandrini idraulici, solo per fare alcuni esempi.

Ridix compie quest'anno 50 anni.



### Quali sono le novità più recenti o i prodotti di maggior spicco che proponete attualmente?

In questo periodo tra i prodotti più innovativi offerti da Ridix vi sono quelli che riguardano la tecnologia laser, che trova qui declinazione in due tipologie di prodotto. In un caso parliamo degli impianti di produzione additiva, ambito in cui rappresentiamo il marchio Concept Laser, tra i più importanti in questo settore a livello mondiale. Nell'altro caso parliamo invece delle marcatrici industriali laser la cui rivendita, della quale ci occupiamo da circa un anno e mezzo, ci permette di completare la gamma di applicazioni richieste dai clienti. Attualmente, quindi, stiamo continuando a investire in questo ambito, sia portando avanti la tecnologia laser connessa all'additive ma-



Lo stand Ridix alla fiera Mecspe.

nufacturing sia puntando su queste nuove marcatrici laser che stanno già riscontrando un ottimo successo.

### Come vi rapportate con il mercato e con quale struttura vi muovete al suo interno?

Ridix si avvale di una solida struttura interna, composta da personale dipendente che, come nel mio caso, lavora nella sede di Grugliasco, vicino a Torino, dove sono dislocati tutti gli uffici (amministrazione, marketing e comunicazione, vendite, ecc.) e il magazzino, ma anche da diversi collaboratori, nelle figure di agenti monomandatari, strettamente e direttamente legati all'azienda e operativi su tutto il territorio nazionale, rappresentandoci quindi sul campo nelle diverse regioni d'Italia. A questa consolidata struttura composta da dipendenti e agenti si aggiunge un'ampia rete di rivenditori, che ha senz'altro un ruolo fondamentale nell'incremento della presenza di Ridix nelle diverse aree del nostro Paese, divenuta oggi sempre più capillare.

### Ha fatto cenno prima al germe dell'innovazione che vi caratterizza: come lo esprimete?

L'innovazione tecnologica è ciò che ha sempre mosso Ridix e l'ha fatta costantemente progredire nel corso dei suoi 50 anni di cammino fin qui trascorsi. Cosa significa questo

per un'azienda come la nostra, che non è produttrice e quindi non può direttamente investire in ricerca e sviluppo? Innanzitutto, l'innovazione è alla base di ogni nostra scelta di prodotto e di partnership: ricerchiamo infatti Case estere da distribuire che investano fortemente in ricerca e sviluppo. Siamo sempre molto attenti a ciò che accade sul mercato, e quando decidiamo di dare il via a una nuova rappresentanza ciò è frutto di un'attentissima valutazione di azienda e prodotti, che devono saper rispondere realmente alle esigenze attuali degli utilizzatori, nel nostro caso di chi fa produzione in Italia. Questo criterio fa dunque da spartiacque fondamentale per Ridix. L'innovazione, inoltre, trova concreta espressione anche al nostro interno, perché non si ferma



Additive manufacturing Concept Laser.

ai soli prodotti, ma comprende anche i servizi di consulenza tecnica che offriamo alle imprese. Innovazione per Ridix significa dunque anche formazione continua del personale, che riesce così a portare innovazione ai clienti e al mercato. Ogni nostra tecnologia si avvale di un responsabile tecnico che, ad esempio, attraverso un'analisi dei processi produttivi adottati dal cliente, è in grado di proporre una soluzione reale ai suoi problemi e alle sue necessità. Ma non solo, perché il nostro obiettivo è sempre quello di offrire una soluzione migliorativa anche in termini di costi.

### Come avviene questo procedimento? Può farcene un esempio rappresentativo?

È significativo a questo proposito il caso dell'olio da taglio Blaser. Quando i nostri agenti si recano presso una nuova azienda e si presentano con questo prodotto, è abituale per loro proporre al nuovo potenziale cliente prima di tutto un bilancio economico relativo alla quantità di olio consumato, alla spesa connessa, agli intervalli di rifornimento, e così via, ritornando successivamente con una proposta migliorativa alla luce di tutto ciò, parlando quindi in termini non solo di prestazioni del prodotto, ma anche di gestione economica. Questo procedimento vale ovviamente anche con altri prodotti, perché chi vende articoli





La sede attuale di Ridix a Grugliasco.



La sede di Ridix a Torino nel 1969.

di qualità deve prima di tutto far comprendere concretamente che questa ripaga sempre.

### **La vostra azienda pone in grande rilievo la persona: come declinate questa tematica?**

È questo un aspetto molto importante della filosofia di Ridix, oltre a esserne diventato un vero e proprio punto di forza. La nostra, infatti, è un'azienda che mette davvero al centro della propria attività la persona e i rapporti umani. Da 50 anni viene infatti portata avanti tale filosofia, che trova spazio anche negli stessi documenti ufficiali, e così si intende continuare a fare anche in futuro, avendone notati i benefici che ne derivano per tutti e in tutti i sensi. Questo mettere al centro la persona viene espresso in diverse direzioni, in primis nei confronti di dipendenti e collaboratori. Ridix ha infatti ben compreso che le abilità personali sono un fattore fondamentale di successo e per questo ritiene che attraverso le risorse umane si possa realizzare un vero vantaggio competitivo. La nostra azienda investe quindi fortemente sulla persona, stimolandone la crescita con corsi di formazione e continui aggiornamenti, ma anche miglioran-

done la qualità di vita, andando cioè incontro alle diverse esigenze personali, con politiche di aiuto alle famiglie, disponibilità a concedere part-time, e via dicendo, attraverso cioè una serie di servizi che rendono dipendenti e collaboratori più soddisfatti e, di conseguenza, più produttivi.

Per Ridix la centralità della persona si esprime ovviamente anche nei confronti dei clienti, ascoltandone attentamente le esigenze, cercando davvero di dare loro risposte efficaci e improntando sempre i rapporti su cortesia, disponibilità, correttezza e professionalità. Non a caso i nostri agenti vengono espressamente formati per seguire un preciso tipo di percorso, che porta a sviluppare un servizio tecnico- commerciale sempre migliore e vicino al cliente e un'assistenza post-vendita efficace e immediata. Se c'è un problema, anche dall'altra parte del Paese, i nostri tecnici intervengono prontamente, se non possono farlo solo telefonicamente, e anche l'invio dei pezzi di ricambio è immediato.

### **Come vi ponete invece nei confronti delle diverse Case che rappresentate?**

Ridix cerca sempre di creare con le Case che rappresenta un rapporto duraturo nel tempo, come ben testimoniano i prodotti dei diversi marchi storici di cui ci occupiamo. Certamente nel corso degli anni si sono via via inseriti nuovi marchi, dettati dalle sempre nuove tecnologie che vogliamo offrire a beneficio della clientela, e i marchi migliori continuano a essere portati avanti nel tempo. In ogni caso, il discorso relativo alla centralità della persona si declina anche nei confronti delle Case rappresentate, in un rapporto basato sulla fiducia che per Ridix significa rappresentare gli interessi dei produttori che le affidano il mandato di vendita, adottando comportamenti etici e consolidando relazioni basate sulla trasparenza, in cui la nostra azienda crede fortemente.