

RIRI

www.riri.com

Ciò che è straordinario del tessuto produttivo padovano è che ti sorprende sempre. Sono bastati pochi minuti per realizzare che Riri, più che una fabbrica di minuteria metallica è una piccola Apple. Riri Industries in realtà è il risultato abbastanza recente dell'integrazione tra la storica azienda padovana Cobra, specializzata nella produzione di bottoni in metallo, e la svizzera Riri, leader dal 1923 nella produzione di cerniere. È una fusione quasi naturale di due realtà produttive con percorsi diversi ma con la comune inclinazione al raggiungimento dell'eccellenza nel prodotto, come peraltro dimostrano l'ottenimento di numerose certificazioni di qualità. Un matrimonio felice, una diversificazione intelligente e premiata da una crescita positiva e da una maggiore forza di penetrazione dei mercati esteri. Risultati ottenuti grazie alla capacità di coniugare gli aspetti tecnici di industrializzazione del prodotto con quelli di commercializzazione. Ciò presuppone una forte capacità inventiva dell'azienda sempre pronta a trovare nuove soluzioni estetiche e funzionali che la stagionalità della moda comanda. Tutte cose facili a dirsi ma difficili da ottenere.

Per questo chiediamo a Otello Lucietto, che da 20 anni interpreta con la sua sensibilità e creatività i desideri dei clienti di Cobra e ora di Riri, di raccontarci questa storia.

«Probabilmente il successo è quello di aver puntato non a fare business ma oggetti belli, preziosi, originali. Operare nel settore del fashion per noi significa non solo anticipare le mode, ma anche comprendere i desideri dei clienti, proponendo prodotti che vadano oltre la loro stessa capacità di esprimerli. Dando forma e corpo alle loro tacite aspettative abbiamo stimolato un sentimento positivo. Si tratta di un vero e proprio processo culturale, che è stato avviato all'interno dell'azienda e a cui corrisponde una visione commerciale radicalmente innovativa.»

Un obiettivo non semplice, considerato che operate sul Business to Business...

«In questo senso ci siamo rivolti a stilisti e creativi e a tutti quelli vicini a questo tipo di pensiero. Non volevamo figurare come dei meri "produttivi" ma come dei fornitori capaci di aiutare l'azienda a creare valore. Alla lunga questa attitudine ci ha premiato e oggi sono queste figure spesso a cercarci per avere delle suggestioni o un confronto. Non solo stilisti famosi ma anche

giovani talenti. Riri è un ambiente aperto all'ascolto e capace di riconoscere la bellezza. Poi internamente abbiamo delle risorse umane molto qualificate. Siamo orientati al futuro e quindi facciamo molta ricerca ex ante sui materiali, sulle nuove applicazioni tecnologiche, collaborando anche con centri di ricerca nazionali e svizzeri. Realizziamo anche di nostra iniziativa delle collaborazioni con istituti di design europei per valutare nuove proposte e pensieri emergenti.»

La propensione al bello non è tutto, ed è sufficiente uno sguardo in produzione per capirlo. Come si arriva a questi livelli di competenza?

«Quest'azienda ha realizzato investimenti importanti per affinare i propri processi produttivi e migliorare le prestazioni delle lavorazioni e dei prodotti finiti. Alcune fasi hanno poi una forte componente di artigianalità che il prodotto di lusso richiede. Questa tensione si riflette anche nella scelta dei materiali sempre di primo ordine, o nell'attenzione particolare al packaging. Spesso i nostri clienti più fedeli ci dicono che siamo i più cari, ma poi si riconoscono nella nostra qualità e nella nostra ricerca dell'eccellenza. La qualificazione dei processi aziendali è testimoniata anche dalle certificazioni ottenute già da tempo, la ISO 9001 per la Qualità e la ISO 14001 per l'Ambiente. Stiamo inoltre per completare la certificazione per la sicurezza sui luoghi di lavoro (OHSAS 18001), mentre è a buon punto quella etica (SA 8000), che è sempre più richiesta dalle case di moda.»

Con la recente integrazione tra Cobra e Riri c'è stata anche una forte crescita manageriale. Quanto influisce tutto ciò?

«È innegabile che una aggregazione tra aziende diverse, ciascuna con la propria storia e con il proprio patrimonio di conoscenze, può avere maggior successo se si riesce a coniugare questa specifica ricchezza con una gestione manageriale più evoluta, portatrice di nuovi schemi produttivi e di comportamento. In questo senso, la crescita manageriale c'è stata ed è stata fortissima: dalla ottimizzazione dei costi per le materie prime e i servizi, alla sensibile riduzione dei tempi di produzione. Sul fronte delle vendite, abbiamo potenziato e razionalizzato l'intera rete commerciale, non solo in Europa, ma anche in America e in Asia. Questa capacità di evolverci secondo noi è la migliore garanzia per le sfide del futuro.»

What is so extraordinary about the productive fabric of Padua is that it always surprises you. Few minutes have been enough to realize that Riri rather than a factory of small metal parts is a little Apple. Riri Industries is actually the quite recent result of the integration of the historical Cobra company from Padua, specialized in the manufacture of metal buttons, and the Swiss Riri, leader in the production of zip fasteners. It is an almost natural fusion of two productive realities with different courses but with the common inclination to the attainment of the excellence of the product, as the achievement of numerous quality certifications moreover demonstrate. A happy marriage, a intelligent diversification, rewarded by a positive growth and a greater foreign market penetration force. Results achieved thanks to the ability to combine the technical aspects of the industrialization of the product with those of its marketing. This implies a strong inventive capacity of a company that is always ready to find the new aesthetic and functional solutions that the fashion seasons demand. All things that are easy to say but difficult to accomplish.

Therefore we ask Otello Lucietto, who with his sensibility and creativity interprets the desires of Cobra's and Riri's customers since almost 20 years, to tell us this story.

«Probably the achievement is not to have merely aimed to doing business, but also to creating beautiful, precious and original things. To operate in the fashion branch to us means not only to anticipate trends, but also to understand the wishes of our customers, proposing products that go beyond their very ability to express them. Giving shape to their tacit expectations we have stimulated a positive sentiment. It's about an outright cultural process, which has been started in the inside of the company and which matches a radically innovative commercial vision.»

Not a simple goal, considering that you operate Business to Business...

«In this sense we have turned to fashion stylists and creatives and to all kin to this type of thought. We wouldn't appear like mere "producers" but rather like suppliers who are able to help companies to create value. In the long run this attitude has rewarded us and today these figures often come looking for us for suggestions or a comparison. Not just famous stylists but also young talents. Riri is an environment that is

willing to lend an ear, and capable of recognizing beauty. And then internally we have very qualified human resources. We are turned to the future and hence we do a lot of ex-ante research on the materials and on the new technological applications, also collaborating with both national and Swiss research centres. In order to assess new proposals and emerging thoughts we as well carry out joint efforts with European design institutes on our own initiative.»

The inclination to beauty of course is not everything, and a look into the production is enough to understand that. How do you achieve such high levels of expertise?

«This company has carried out important investments for refining its productive processes and improving the performance of its crafts and final products. Some stages have the strong component of craftsmanship that is required by the luxury product. This tension is reflected also in the choice of the materials that are always of first quality, or in the special attention paid to the packaging. Often our most loyal customers tell us that we are the most expensive, but then they acknowledge our quality and our aim for excellence. The qualification of the corporate processes is proven also by the certifications already obtained long since, like ISO 9001 for Quality and ISO 14001 for Environmental Management. Furthermore we are about to complete the certification for Occupational Health and Safety (OHSAS 18001), whilst the one for Social Accountability (SA 8000), which is ever more often requested by the fashion houses, is at a good point.»

With the recent fusion of Cobra and Riri there has been also a strong managerial growth. How much influence has this all?

«It is undeniable that an aggregation among different companies, each one with its own history and its own legacy of expertise, will have a greater success if it succeeds in combining this particular richness with a more advanced management that carries new productive and behavioural patterns. In this meaning, there has been a managerial growth and it has been very strong. From the optimization of the costs of the raw materials and services to the appreciable reduction of production time. On the sales front, we have enhanced and rationalized the whole commercial network, not only in Europe but also in the Americas and Asia. We believe that this capacity to evolve is our best warranty for the challenges of the future.»



RIRI GROUP HA FATTO SUA L'INDISCUSSA LEADERSHIP DI COBRA NEL SETTORE BOTTONI JEANS, BOTTONI A PRESSIONE E RIVETTI. INNOVAZIONE, ALTA QUALITÀ, SPERIMENTAZIONE CONTINUA NELLA PERSONALIZZAZIONE DEI PRODOTTI E UN TEAM MOTIVATO SONO ALLA BASE DI UNA ESCALATION DI SUCCESSI. PAGINA PRECEDENTE: UN'IMMAGINE DEL MAGAZZINO AUTOMATICO. RIRI GROUP HAS GAINED THE INDISCUSSED LEADERSHIP OF COBRA IN THE FIELD OF JEANS BUTTONS, PRESS BUTTONS AND RIVETS. INNOVATION, HIGH QUALITY, CONTINUOUS TESTING OF THE PERSONALIZATION OF PRODUCTS AND A MOTIVATED TEAM ARE THE FOUNDATIONS OF AN ESCALATION OF SUCCESS. PREVIOUS PAGE: AN IMAGE OF THE AUTOMATED WAREHOUSE.



