SURGELATI MAGAZINE
FEBBRAIO 2010

Righi: proprietà tutta italiana

NUOVO CDA • Un assetto societario rinnovato per centrare sempre di più l'obiettivo qualità assoluta e tradizione

ighi, azienda reggiana operante nella produzione e distribuzione di gastronomia tradizionale surgelata è stata ceduta alla multinazonale olandese oyal Wessanen a un gruppo di anager italiani guidati da Marco Barbieri e Andrea Melioli.

arbieri, in Righi dal 1995, presiederà il nuovo CdA e manterrà l'incarico di direttore ommerciale e marketing; Melioli, invece, manager con consolidata esperienza nel settore ood (Barilla, Fiorucci, Greci) arà vice presidente e amministratore delegato. Assieme a loro ci sono altri manager di Righi, figure chiave dell'azienda ell'area commerciale.

ondata da Leonardo Righi agli izi degli anni '80 come laboratorio artigianale per produrre erbazzone emiliano, l'azienda progressivamente cresciuta egli anni e la sua produzione è evoluta da un prodotto regionale ad un'offerta di prodotto più ampia che potesse incontrare i gusti di diverse regioni italiane.

Dagli anni '90 Righi assume arattere industriale, distribuisce i suoi prodotti in tutte le insegne della Gdo e presso i rincipali operatori del canale HoReCa di tutta Italia. Nel 009 la società ha realizzato un atturato di circa 10 milioni di uro.

eader di mercato nel segmento delle torte salate con una uota di circa il 70% (fonte: ati IRI AT luglio 2009) il portafoglio d'offerta di Righi è oggi composto da erbazzone, torte salate con diversi tipi di farcitura, antipastini e snack, oltre ad alcune specialità dell'Emilia Romagna come gnocco, igelle, cappelletti e tortelli; ompletano l'offerta alcune linee di prodotto commercializzato. Nel 2005 l'azienda era stata ceduta alla quotata Royal Wessanen, azienda specializzata nello sviluppo, produzione e commercializzazione di specialità alimentari in Europa e America; nel 2009 la casa madre ha incluso Righi tra i marchi da dismettere in seguito a un piano di ristrutturazione dell'intero compato del surgelato.

Nell'immagine i soci di Righi, con al centro Marco Barbieri e Andrea Melioli

<<Per noi era importante che l'azienda potesse rimanere a Reggio - afferma Marco Barbieri, presidente della società - poiché la cultura del territorio è sempre stata una risorsa fondamentale per l'azienda, che ha influenzato le sue attività di mercato e il processo di sviluppo prodotti.

In questo senso intendiamo recuperare quello spirito imprenditoriale che ha sempre caratterizzato e contraddistinto la società negli anni del suo sviluppo>>.

<<Il piano di rilancio della società si fonda su alcune linee di intervento – dichiara l'amministratore delegato Andrea Melioli –: crescita nei segmenti di prodotto tradizionale, di produzione interna, mediante una strategia di penetrazione commerciale sui diversi canali di vendita; innovazione di prodotto e di servizio con riferimento ai diversi segmenti di domanda, sia con prodotti propri che commercializzati; efficienza industriale e generale d'azienda. Le attività di sviluppo all'estero, che è uno dei nostri obiettivi, verranno avviate progressivamente nei prossimi mesi>>.

Advisor dei manager per l'operazione è stata Global Strategy società di consulenza strategica che ha assistito i medesimi nello studio di fattibilità dell'operazione, coordinando i consulenti fiscali (BOCG) e legali (Studio Ricci).

L'operazione è stata in parte finanziata da due istituti bancari locali – Banca Popolare dell'Emilia Romagna e Banca di Cavola e Sassuolo – che, pur in un periodo di forte tensione del credito, hanno fortemente creduto nella validità dell'operazione, nella serietà e competenza del management e nel potenziale di crescita della società.

<<Siamo particolarmente soddisfatti per l'appoggio riservatoci dagli istituti di credito - prosegue Melioli - che hanno voluto affiancare i manager ed il board in questa importante iniziativa imprenditoriale, supportando parimenti un marchio che merita un rilancio importante sia a livello locale che nazionale>>.

A very Italian property

A renewed corporate structure in order to emphasize the promotion of "Made in Italy" and high quality.

Nueva propriedad enteramente italiana

Una formaciòn socialitaria renovada para centrar aùn màs la meta " italianidad" y calidad absoluta