



Police

# BARBARA DE RIGO

*“Anche gli occhiali hanno un’anima.  
La nostra azienda è donna e bio”*

DI FRANCESCA RASPAVOLO

l'M GENNAIO-FEBBRAIO 2020

**U**n'azienda familiare ma con i numeri di una multinazionale: fatturato annuo di 430 milioni di euro, 3mila dipendenti di cui 900 in Italia, 16 filiali e distributori in 80 paesi, 3 brand di proprietà e 16 licenze. Questa è la De Rigo Vision Spa: 40 anni di esperienza e business hanno trasformato il piccolo laboratorio bellunese dei fratelli Ennio e Walter nel quinto gruppo mondiale di occhialeria, "leader nel design, nella produzione e nella distribuzione di occhiali high-end di alta qualità". Police, Lozza e Sting, come brand di proprietà e le licenze di Chopard, FURLA, Fila, Carolina Herrera, Blumarine, Escada, Trussardi, giusto per citarne solo qualcuna: questo significa che diversi milioni di persone nel mondo indossano occhiali De Rigo. "Eppure quando passeggiavo per strada ancora mi fermo a osservare la gente per capire se abbiano i nostri occhiali", ci confessa Barbara De Rigo, Marketing Director House Brands del gruppo.

**La sua azienda è un'eccellenza dell'eyewear: + 5% per il canale wholesale e + 4% per il retail. Un grande successo, tutto italiano.** Nel 1978 mio padre e il fratello fondarono la Charme Lunettes, una piccola realtà artigianale con 30 operai che si occupava della produzione in conto terzi di occhiali da sole e montature da vista. Dopo 40 anni, tanto impegno e ricerca costante, oggi siamo uno dei maggiori player del settore: produciamo, distribuiamo e vendiamo, abbiamo 19 designer, 3000 prototipi e 1500 modelli l'anno. Ma dietro ai numeri ci sono le persone: le nostre creazioni riflettono una storia imprenditoriale fatta di relazioni, valori genuini, ricerca continua, processi creativi originali e innovazione stilistica.

**Com'è fare impresa in Italia?** Difficile, davvero difficile: siamo una family company in un mercato complesso per la varietà del mercato globale, le oscillazioni sulle valute, i dazi commerciali e i colossi che stanno monopolizzando il settore dell'occhialeria. Ma siamo orgogliosi di competere con i gi-



Barbara De Rigo

*Dietro le quinte della De Rigo Vision Spa, quinto gruppo mondiale di occhialeria: fatturato da 430 milioni, 3mila dipendenti e 16 filiali nel mondo. Tre brand di proprietà - Police, Lozza e Sting - e 19 marchi in licenza. Un sogno nel cassetto: “Vorrei che Sting indossasse i nostri occhiali”.*

l'M GENNAIO-FEBBRAIO 2020



“ Con la linea *Sting* abbiamo intrapreso un percorso di rispetto dell'ambiente: imballaggi eco-sostenibili e packaging eco-compatibili e poi un grosso sostegno all'Amazzonia per compensare le emissioni di CO2. Lo dobbiamo alle future generazioni. Abbiamo anche scommesso su nuovi materiali, più sofisticati e performanti.

ganti. Siamo molto soddisfatti del lavoro dei nostri commerciali, quest'anno abbiamo appena aperto una nuova filiale in Finlandia: la nostra mission è portare lo stile e la tradizione italiana dell'eyewear nel mondo, mettendo la nostra esperienza al servizio dell'ispirazione e dell'aspirazione di ogni paese.

**Ha appena vinto il premio "Donne per il made in Italy". Cosa vuol dire essere una manager?**

Credo nelle donne, hanno marcia in più, ma ancora oggi dobbiamo lavorare il doppio degli uomini: ci vedono principalmente come mamme, casalinghe o segretarie, ma in realtà noi siamo multitasking, madri, mogli e manager in carriera. Infatti la nostra impresa è donna: abbiamo il 65% di impiegate, con punte del 70% nella produzione. Mia madre Emiliana è stata storicamente una delle prime donne a distinguersi in questo settore quasi esclusivamente maschile.

**Avete inaugurato una nuova filosofia green, con prodotti e materiali bio.**

Sì, con la linea *Sting* abbiamo intrapreso un percorso di rispetto dell'ambiente: imballaggi eco-sostenibili e packaging eco-compatibili e poi un



Lozza

“ La nostra impresa è donna: abbiamo il 65% di impiegate, con punte del 70% nella produzione. Mia madre Emiliana è stata storicamente una delle prime donne a distinguersi in questo settore quasi esclusivamente maschile. ”

grosso sostegno all'Amazzonia per compensare le emissioni di CO2. Lo dobbiamo alle future generazioni. Abbiamo anche scommesso su nuovi materiali, più sofisticati e performanti, per un pubblico esigente: nella capsule collection di Lewis Hamilton per Police utilizziamo il bio-acetato, il titanio e la gomma, per essere green e hitech.

**I suoi occhiali hanno incorniciato il volto di star come George Clooney, Lewis Hamilton, David Beckham, Michael Schumacher e Mika. Ma qual è la celebrità che vorrebbe come cliente?**

Amo la musica e sarei lusingata se Sting indossasse uno dei nostri prodotti: d'altronde a lui e ai Police abbiamo dedicato ben due marchi. Ma confesso che il mio desiderio più grande è vedere i miei occhiali indossati dalla gente comune: arrivare al cuore delle persone è il vero successo.

**Cosa c'è nel futuro dell'azienda?**

Tante collaborazioni di moda e stile: nel 2020 lanceremo *FILA by Lozza*, una capsule collection che punta a coniugare la tradizionale eleganza dei nostri occhiali con l'indole sportiva di Fila. E poi c'è la Fondazione De Rigo Heart e i nostri progetti di beneficenza: aiutiamo bambini e giovani ragazzi con programmi di crescita, sviluppo intellettuale e promozione dell'arte. Recentemente siamo stati anche a Napoli per sostenere gli ospedali pediatrici.

**A proposito, le piace Napoli?**

La adoro: le persone, il clima, il cibo, il paesaggio, tutto meraviglioso. Napoli è nel mio cuore ed è anche una delle città più performanti per noi: pensi che la squadra che ha lavorato meglio in Italia per De Rigo Vision nel 2019 è stata proprio quella campana. Come potrei non amare Napoli? ■