



Alessandro Frigerio

Se producessero gelati sarebbero capaci di conquistare anche il mercato dell'Alaska. La metafora, che sintetizza la spiccata capacità di qualcuno quando eccelle nel proprio campo di attività, calza alla perfezione per Frigerio, azienda leader nel settore della protezione solare, le cui tende, dopo aver conquistato tutti e cinque i continenti, hanno stregato perfino gli arabi. Un miracolo tutto made in Italy, fatto di stile, colore, intelligenza, lungimiranza, esperienza, caparbia. Come quella che nel 1973 ha animato Antonio Frigerio, imprenditore fin nel dna – discendente da una famiglia del lecchese da generazioni impegnata con successo nel settore della metallurgia –, e sua moglie Alida Acito. Un imprenditore del nord che incontra una donna del sud e proprio nel Mezzogiorno, a Capurso, danno vita ad una splendida azienda che oggi è una famiglia allargata a oltre 100 dipendenti. Cominciano con porte a soffietto in plastica con la Decorsud, due dipendenti ed una vendita diretta esclusivamente al pubblico, per continuare a crescere senza mai fermarsi. Nel 1982 nasce la Frigerio tende da sole e la commercializzazione del

I maghi della luce

Frigerio tende da sole, un successo made in Italy che incanta anche gli arabi

prodotto si trasforma, passando dal pubblico (con un mercato prevalentemente del sud italia) ai rivenditori italiani. L'azienda comincia a crescere passando dalla fase di puro assemblaggio delle tende ad avere proprie matrici, stampi, ma anche disegni e know-how. L'anno della svolta è il 1999 quando nella conduzione dell'azienda arrivano le energie fresche di Alessandro Frigerio, responsabile del marketing e dell'ufficio tecnico. È una nuova era: nasce la prima cellula in grado di operare all'estero, si qualifica l'azione di marketing anche attraverso la produzione di raffinati cataloghi e l'azienda sbarca in Europa, negli

Stati Uniti, in Australia e Sud Africa. Frigerio precorre i tempi anche nella qualità del prodotto conseguendo anzitempo certificazioni che diventano obbligatorie per tutti gli operatori come la certificazione Vision o la marcatura Ce sulla normativa macchine per le tende motorizzate. L'azione di marketing, oltre a puntare a costruire una nuova immagine dell'azienda conferendole maggiore riconoscibilità, si completa con la partecipazione alle maggiori fiere di settore in Italia (T&T), negli Usa (Ifai), in Francia (Equibe), in Spagna (Ibertoldo) e a Dubai (Big Five). La crescita di Frigerio – uno stabilimento di 15 mila metri quadrati – è inarrestabile anche per l'alta qualità dell'ufficio tecnico che si avvale dell'istrionica professionalità dell'architetto Marcello Leone e del qualificato lavoro degli ingegneri. Il fatturato, composto all'80% dalla produzione di tende da sole e al 20% da coperture tecniche, deriva al 70% dal mercato nazionale e al 30% dal resto del mondo. Il segreto? "Nessuna pulsione per l'internazionalizzazione – chiarisce Alessandro Frigerio – stile, qualità, produzione, know-how sono tutte made in Italy".