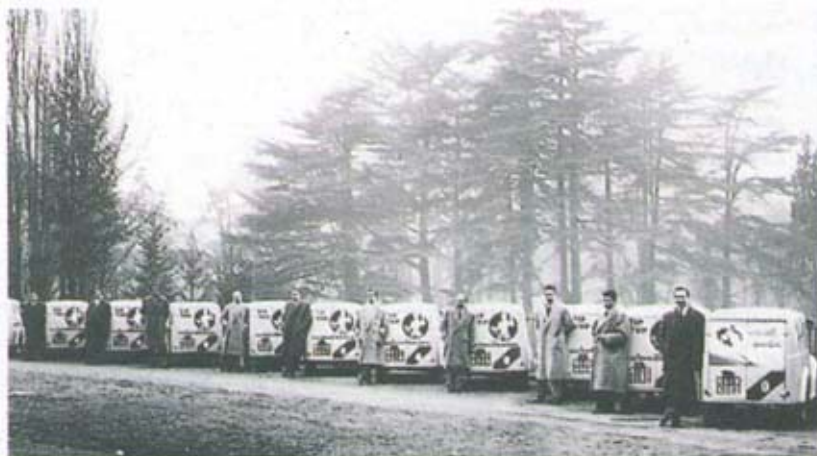


LA STORIA / Il gruppo Rivolta, alla terza generazione, apre in Germania

Dalle «toppe» per le biciclette ai caschi Mister Tip Top sfida il low cost cinese



LA FLOTTA

La flotta delle Fiat Topolino con cui negli anni Cinquanta Aristide Rivolta commerciava le toppe Tip Top. Un successo nell'Italia postbellica che andava in bicicletta

MILANO — L'origine dell'azienda Rivolta è «rocambolosa». Sono i primi anni Cinquanta. Le toppe auto-vulcanizzanti Tip Top, destinate a diventare un successo commerciale nell'Italia postbellica che si affretta e pedala in bicicletta, non le vuole nessuno. A raccontarlo è lo stesso nipote Fabrizio ora alla guida dell'azienda di famiglia: «Il nonno Aristide era nel settore delle calzature. Ora possiamo dirlo: non ne capiva molto di vulcanizzazioni. E fu una fortuna. Il gruppo tedesco che aveva brevettato e produceva il Tip Top nel '51 aveva già fatto il giro di tutti gli addetti ai lavori in Italia. Ma nessuno voleva credere alla vulcanizzazione a freddo, il processo chimico che permetteva di riparare i copertoni senza il passaggio molto più costoso e lungo del caldo». Quasi un'eresia al tempo. Sembrava troppo bello per essere vero: il kit si poteva tenere in tasca e permetteva di saltare il passaggio del ciclista. Aristide Rivolta vide l'affare della vita. Lasciò l'azienda e i soci con cui faceva da intermediario tra le scarpe e i magazzini

tedeschi e si lanciò nell'avventura del Tip Top.

Oggi quella stessa azienda, passata alla terza generazione, sfida i cinesi, pare, con successo. Il kit non è più nelle tasche degli italiani, anche se il Tip Top esiste ancora e viene utilizzato per scopi professionali, ma Fabrizio, 43 an-

ni, non si è allontanato troppo dalla strada maestra. Ora, grazie al boom delle mountain bike, produce e vende accessori per biciclette con il brand Areo e per moto. Oltre a essere attivo nel settore dell'automotive. Ha 180 dipendenti in Italia, 50 in Spagna, dove ha aperto nel 2000, e 10 in Germania dove ha appena inaugurato una nuova sede a Konstanz. Il fatturato è quello di una piccola azienda: 70 milioni di euro in crescita. Tra i progetti c'è quello di aprire «anche in Austria e in Portogallo». Ma come fa a non soffrire della concorrenza dei prodotti low cost cinesi? «Il segreto è la distribuzione. Certo ci vuole anche il prodotto buono. Ma una distribuzione affidabile è lo strumento fondamentale per mantenere il cliente e conquistare nuovi mercati».

Insomma, la ricetta è quella del nonno che venendo dall'intermediazione delle calzature fondò il successo del Tip Top anche sulla forza di una «flotta» di Fiat Topolino che nell'Italia della ricostruzione correva per portare il miracoloso kit ai rivenditori.

Massimo Sideri