

(ita)

**COMUNICATO STAMPA GRUPPO CERAMICHE RICCHETTI.
IL NUOVO RICCHETTI GROUP MAGAZINE.**

Dall'anno di fondazione del suo primo brand, nel 1954, il Gruppo Ceramiche Ricchetti non ha mai trovato soddisfazione nello 'status quo': è infatti nello spirito di un'azienda votata all'innovazione, la propensione ad aprire nuove porte, a sviluppare nuove idee e prodotti innovativi. Oggi un nuovo passo in questa direzione è rappresentato da RGM, Ricchetti Group Magazine: una pubblicazione semestrale che si pone l'obiettivo di condividere con tutti gli stakeholder i valori del Gruppo, le più belle architetture realizzate nel mondo, la creatività e l'ingegno dei partner commerciali.

Affiancato da altri strumenti di comunicazione digitale, RGM raccoglie i contenuti più importanti del Gruppo e li presenta con una veste preziosa ed esclusiva. Una sfida che è frutto della consapevolezza: si è aperta una nuova, importante fase, in cui crescono le responsabilità e i compiti ma anche le opportunità, sia in Italia che all'estero, anche grazie alle collaborazioni esemplari con lo stilista Roberto Cavalli e con l'architetto Massimo Iosa Ghini, che firmano alcune delle collezioni esclusive e che sempre più rafforzano il ruolo del Gruppo di ambasciatore del più prestigioso Made in Italy nel mondo.

"Il Magazine nasce sull'onda delle iniziative per rilanciare e riposizionare il Gruppo. Dobbiamo avere il prodotto ma è importante anche presentarsi in modo adeguato. Per i progetti già avviati, per le sinergie dei marchi, per veicolare il messaggio del nostro percorso, dei nostri brand, dei nostri prodotti e dei nostri contenuti: questo Magazine è uno strumento che ci rappresenta e ci racconta, soprattutto al mondo dei professionisti" (Andrea Lodetti, AD Gruppo Ceramiche Ricchetti).

(en)

**PRESS RELEASE GRUPPO CERAMICHE RICCHETTI.
THE NEW RICCHETTI GROUP MAGAZINE.**

Since 1954, when its first brand was founded, Gruppo Ceramiche Ricchetti has never been content with just the status quo. It is in the nature of this company dedicated to innovation to open new doors and develop new ideas and innovative products. Today, the Group takes another step in this direction with RGM, the Ricchetti Group Magazine, a biannual publication that aims to share with all stakeholders the values, the finest architecture created around the world, and the creativity and inventiveness of the partners.

Flanked by other digital means of communication, RGM puts together content of importance to the Group and presents it in an exclusive, luxury format. This is a challenge: Gruppo Ceramiche Ricchetti is entering a new, important phase, in which it will have increased responsibilities and duties, but also opportunities both in Italy and abroad. These new opportunities are partly the result of exciting collaborations with fashion designer Roberto Cavalli and with architect Massimo Iosa Ghini, who have created some exclusive collections, and who continue to strengthen the Group's role as ambassador of prestigious Italian products across the world.

"The magazine grew out of our efforts to relaunch and reposition the Group. We need a product, but it is also important to present ourselves properly. For ongoing projects, for brand synergies, as a vehicle for the message of our development, of our brands, of our products and of our contents - this magazine is an instrument that represents us and tells our story, especially to the world of professionals". (Andrea Lodetti, CEO Gruppo Ceramiche Ricchetti).

Press: www.ricchetti-group.com

Zelo Networking di Lorenza Dalla Pozza:

info@zelonetworking.it lorenza.dallapozza@gmail.com t.+39 3472325275

Maggio / May 2017