

# Roberto Rasia dal Polo: "Così comunica il gruppo Pellegrini"

11/07/2019 | 17:26

Contenuto sponsorizzato

"Quanti siete in azienda per la comunicazione?". "Quanti? Zero. C'è da mettere tutto in piedi". Per Roberto Rasia dal Polo una risposta così è stata la spinta finale per accettare la sfida:

gestire la formazione e comunicazione, interna e verso l'esterno, di un'azienda solida come il gruppo Pellegrini, conosciuto soprattutto perché leader nel business delle mense aziendali (ma vedremo che è soltanto una delle frecce in faretra) e perché il fondatore Ernesto Pellegrini è stato a lungo padrone e presidente dell'Inter, prima di cedere la squadra alla famiglia Moratti. Il giornalista, formatore e manager Rasia dal Polo, invidiato per la sua capacità di comunicatore e parlatore, in grado di tenere incollati vasti pubblici ai suoi speech, conobbe Ernesto Pellegrini nel 2015. "Mi chiamò per un evento alla Scala di Milano, dove l'azienda celebrava i primi 50 anni. Per me che ho studiato teatro, calcare quel palcoscenico fu una grande emozione, e allo stesso tempo un traguardo. Il cavalier Pellegrini aveva bisogno di un giornalista che sapesse condurre eventi. Ero la persona giusta: dopo esperienze nelle radio locali, dieci anni al Sole 24 Ore e il lavoro a Radio 24, dove avevo avuto Santalmassi come maestro, la comunicazione era diventata il mio destino. Più che ispirarmi a Fiorello e Gerry Scotti, ho sempre tenuto presente modelli come Mentana e Vespa".



Attilio Fontana, Ernesto e Valentina Pellegrini

Alla Scala andò tutto benissimo e da settembre 2018 Roberto Rasia dal Polo è direttore comunicazione e formazione di Pellegrini spa. "Riporto a Valentina Pellegrini, la figlia del cavaliere, 38enne laureata alla Bocconi, con grande sensibilità per la comunicazione, soprattutto attraverso i social. Pellegrini, con oltre 8.250 unità di addetti tra interni ed esterni, non ha bisogno di urlare, ma di comunicare B2B in modo secchissimo. Al mio arrivo, c'era soltanto LinkedIn, ma non utilizzato al meglio. Abbiamo inserito la newsletter interna, per tutti i dipendenti. Che da ottobre 2018 possono interagire, commentare, inviare notizie. Di solito, nelle aziende la media di apertura di un newsletter non va oltre il 35-38%. Noi, in 9 newsletter inviate, abbiamo superato il 70%".



Conte e Pellegrini



Valentina Pellegrini



Roberto Rasia

Un successo di Rasia dal Polo e Valentina Pellegrini. Che ha incoraggiato a proseguire sulla strada della comunicazione e della formazione, aspetti sempre più importanti per le aziende che stanno al passo, o precorrono, i tempi. Ma che cos'è esattamente l'azienda Pellegrini e perché si parlerà sempre di più del gruppo fondato nel 1965 da un coraggioso imprenditore 25enne, che tuttora va in ufficio alla mattina e ne esce la sera? "È un'azienda controllata dalla stessa famiglia fin dagli inizi", dice il direttore della comunicazione. "Il suo dna è nella ristorazione collettiva, ma il gruppo ha cinque diverse anime. Oltre alla ristorazione (mense di aziende private e pubbliche), ci sono le forniture alimentari, il welfare con i buoni pasto, il vending con i distributori automatici di bevande, le pulizie e i servizi integrati. Cinque realtà diverse con cinque capi diversi, ma unite dallo stesso filo conduttore: il servizio alle aziende".



Ernesto Pellegrini

Un po' di numeri fanno capire meglio di che gruppo parliamo. Pellegrini, tra le prime quattro aziende del settore in Italia, nel 2018 ha avuto un bilancio di 590 milioni di euro, con ebitda (margine lordo) di 40 milioni. "Il nostro margine lordo", spiega Rasia dal Polo, "potrebbe essere quello di un'azienda che ha un indebitamento (dunque è esposta con le banche) anche di valore doppio dell'ebitda, ossia di 80 milioni. Invece il nostro è solo di un milione di euro. Le banche sarebbero felici di prestarci soldi, perché siamo davvero solidi". La ristorazione più il welfare copre l'80% delle attività, ma da sola la ristorazione vale il 43%. Il welfare ha quattro prodotti: buoni regalo, buoni benzina, buoni pasto e il flexible benefit. "Quest'ultimo avrà sempre più successo", dice Rasia dal Polo. "I voucher detassati fidelizzano il dipendente grazie a queste erogazioni non in busta paga. Con le quali puoi pagare corsi di formazione per tuo figlio, corsi di inglese e altro. Certo, non servono per comprare un maglione di

cachemire, ma non si può avere tutto. Dal primo giugno 2019, le aziende metalmeccaniche sono obbligate a dare 200 euro di incremento ai dipendenti, e scelgono i nostri voucher con molta soddisfazione".





“Oggi dei social non puoi farne a meno, sono poliedrici, noi della Pellegrini dobbiamo mirare e fidelizzare e a comunicare il nostro posizionamento”, continua Roberto Rasia dal Polo. “A gennaio su LinkedIn avevamo 7mila contatti, oggi contiamo 8.600 follower. Abbiamo incrementato i contatti con due post alla settimana, raccontando l’azienda. Altro esempio, nel campo food. È venuto a trovarci Marco Bianchi, un blogger molto seguito, e ha visitato il nostro stabilimento di trasformazione della carne vicino a Segrate. In poche ore ha raccolto circa 7mila like. Stiamo monitorando un po’ tutti i mezzi, ma il nostro preferito, quello che ci posiziona meglio, è LinkedIn. Valentina ha partecipato a un panel di San Patrignano e ha avuto seimila like”.



Se la comunicazione conta, soprattutto mirata, conta ancor di più la



formazione. "La nostra Accademia, un'intuizione di Valentina Pellegrini, già operativa dal 2015", racconta il manager, "si concentra su sviluppo e formazione, studiando nuove soluzioni, da un piatto da introdurre nelle mense, alla macellazione, al welfare. Con la Pellegrini card, che funziona come un bancomat, l'uso dei buoni pasto è molto semplificato e ben accettato da bar e ristoranti. Che non hanno bisogno di un nuovo pos: la card funziona come una tessera bancaria, viene passata e se spendi 7 euro te li toglie dall'ammontare, senza resti, carta e altro".



Beppe Baresi



Formazione vuol dire formazione del personale. La Pellegrini, che opera in 510 strutture, al 90% private, sa quanto sia strategico avere persone motivate. "Da molti anni mi occupo della formazione comportamentale", dice Rasia dal Polo. "Vuol dire che una volta che tu, nostro dipendente cuoco, sai cucinare lo spaghetti, devi anche saper dire buon appetito con simpatia e con un sorriso. Non è facile, lo so. Noi serviamo mille pasti in settanta minuti, mille sorrisi sono difficili, ma bisogna andare in quella direzione. Lo chiamiamo Stile Pellegrini, e facciamo dei corsi di bon ton. Andiamo tre volte al mese in una mensa, sempre diversa, per tenere corsi di stile. Vado io, accompagnato da tre testimonial eccezionali. Tre ex calciatori: Beppe Bergomi, Riccardo Ferri, Beppe Baresi. Tre interisti dei tempi d'oro. L'idea, geniale, è stata del fondatore Ernesto Pellegrini. Chi meglio di loro può spiegare il gioco di squadra? Nessuno. Ho addirittura visto dipendenti milanisti felici di farsi un selfie con i tre campioni. I sorrisi sono aumentati, ha sempre ragione il cavaliere Ernesto, anche se per lui i social sono una stranezza. Ma a 79 anni può permetterselo".