

# Customer care e innovazione

**Il modello Pedevilla privilegia l'attenzione per la clientela e punta su sistemi organizzativi moderni, all'insegna della qualità**



**Per molti la classica mensa è un business tradizionale, un po' old economy, in cui l'innovazione fatica a trovare posto.**

Altrettanto non si può dire per **Pedevilla SpA** che opera nel settore da oltre quarant'anni e ha basato la propria attività su due pilastri portanti: la vicinanza al cliente e l'innovazione. Il fondatore, **Giuseppe Pedevilla**, ha sempre ritenuto che venire incontro alle esigenze

del cliente e dare un costante rinnovamento alla propria offerta di servizi fossero due capisaldi per un'azienda familiare, e ha trasmesso questo modello ai figli **Alfonso e Nicola**, che oggi guidano l'organizzazione.

*"Pedevilla si rivolge a quelle aziende"* dice Nicola Pedevilla *"che credono e investono nel benessere dei loro dipendenti e ritengono che la ristorazione sia uno dei componenti princi-*

*pali di quell'ampio paniere di iniziative sul wellbeing/welfare in cui un'impresa può decidere di investire. Oggi Pedevilla stima che in Italia circa 1 azienda su 4 investa e adotti iniziative finalizzate al benessere del proprio dipendente. Queste realtà sono consapevoli che le iniziative di welfare/wellbeing hanno un impatto positivo sulla produttività e la fedeltà dei propri dipendenti, oltre che sulla corporate repu-*



**NICOLA PEDEVILLA,**  
Presidente



ALFONSO PEDEVILLA,  
Amministratore Pedevilla

tation. Il modello Pedevilla privilegia il rapporto personale che consente ai clienti di relazionarsi direttamente con la famiglia Pedevilla, assicurando quindi scelte decisive e tempestività.

Con molti clienti la relazione risale a oltre 20 anni fa e continua nel tempo, grazie all'innovazione e a uno stretto rapporto di fiducia reciproca".

La volontà di innovare non si è fermata ai ristoranti aziendali tradizionali ma ha portato anche alla creazione di Nat, un ristorante inter-aziendale gestito da Pedevilla a Parco de' Medici (Roma-EUR) dove, nell'epoca della *sharing economy*, varie aziende condividono il ristorante aziendale. "Il Nat è un luogo di consumo innovativo" prosegue l'imprenditore Nicola, "in cui è possibile consumare una pasto circondati da giardini verticali che rendono l'ambiente piacevole. Il layout del ristorante è realizzato per ottimizzare i tempi di permanenza e consumo e la presenza di tecnologia minimizza le attese, come ad esempio al grill, dove, dopo aver scelto la pietanza, al cliente viene consegnato un pager che vibra e

suona quando il piatto è pronto per il ritiro, permettendo di mangiare un piatto caldo senza fare la fila. E poi tante possibilità, come la pasta fresca al wok, il prosciutto tagliato al coltello, o il pesce fresco alla griglia, e una pizza lievitata 72 ore con farine biologiche".

Per certi aspetti, il modello di ristorazione aziendale della famiglia Pedevilla è un po' diverso da quello convenzionale: la qualità dei cibi è elevata e persegue standard certificati; non vengono utilizzate piattaforme di stoccaggio per ridurre le scorte di magazzino e preservare così freschezza e qualità delle materie prime. Gli chef di Pedevilla cucinano da zero, prediligendo la scelta di eccellenze regionali e locali in collaborazione con aziende agricole, prodotti biologici e a km 0.

Con circa 850 collaboratori,

un fatturato vicino ai 50 milioni di euro, e oltre 130 siti sparsi per l'Italia, Pedevilla guarda alle sfide future con occhi ambiziosi e il giusto desiderio di continuare a crescere, consapevole della forza del suo modello familiare a cui intende rimanere fedele.

