

LE CRONACHE
NAZIONALI

Cronache

mercoledì 27 ottobre 2021 pagina 4

ECONOMIA

LE INTERVISTE

Parla Paola Meneghini, presidente e anima della azienda vicentina

Il "modello Meneghini" funziona

Del gruppo fanno parte cinque società con diversi ambiti di specialità: comunicazione strategica, media relation e digital pr, eventi, web development e advertising con il brand Meneghini & Associati, comunicazione immersiva con Drawlight, human marketing con Pop Wave. Un fatturato di oltre cinque milioni e prospettive di sviluppo di grande interesse. Il segreto del successo? Team di lavoro dinamici ed elastici in cui Meneghini mette il metodo di lavoro e le competenze di comunicazione, mentre gli Associati rispondono a figure professionali molto specialistiche e molto qualificate in diversi campi del marketing e di settori produttivi.

di Giovanni Tagliapietra

Meneghini & Associati comincia ad essere un soggetto imprenditoriale importante. Nel campo della comunicazione e del marketing sanitario, prima, dovunque ci sia spazio per una capacità di trasformarsi e di innovare fuori dal comune ora che l'azienda va a gonfie vele e supera grazie allo sviluppo del digitale tutti i confini geografici. La base è Vicenza, i progetti coprono buona parte della penisola. I dati parlano chiaro, le attività si diversificano e si espandono. Ne parliamo con la presidente, dr.ssa Paola Meneghini.

Presidente, ci faccia un po' di numeri, oggi Meneghini cosa significa in termini di fatturato, di contratti, di risorse umane?

Stiamo crescendo per rispondere a specifiche esigenze di comunicazione: verticalità da un lato, specializzazione dall'altro. Per la sanità in particolare, ma per tanti altri settori, la crisi Covid-19 ha aumentato la domanda di soluzioni digitali in comunicazione. La risposta è stata immediata, spesso in emergenza, con adattamenti di strumenti disponibili per sopperire al blocco della mobilità delle persone e delle cose. Nel dopo pandemia sono due le tendenze principali: la gestione da parte delle aziende di una nuova digitalizzazione e il dinamismo dal basso, legato a bisogni specifici di chi opera nei mercati per raggiungere con immediatezza e puntualità i propri target. Oggi sono 5 le società che fanno parte del nostro gruppo e 8 gli ambiti di specialità: comunicazione strategica, media relation e digital pr, eventi, web development e advertising con il brand Meneghini & Associati, comunicazione immersiva con Drawlight, human marketing con Pop Wave. Partner in Sanità (PPS), Vvox e Web Salute sono i brand dedicati al mondo sanitario e al bene-essere delle persone e del pianeta. Il primo un progetto di ampio respiro al quale aderiscono oltre 50 realtà nazionali della sanità pubblica, il secondo una piattaforma di broadcasting, il terzo una testata giornalistica digitale. A proposito di numeri sono circa 70 le nostre persone dirette, oltre a consulenti ed esperti di specifiche aree di competenza che collaborano con noi su determinate progettualità.

In termini di fatturato tutto questo quanto fa....

Il fatturato di gruppo del 2021 supererà i 5 milioni di euro scontando brillantemente il gap del primo semestre, quando gli eventi in presenza e la mobilità erano fortemente limitati. I nostri clienti sono prevalentemente nel Nord e Centro Italia e sono aziende di medio e medio-grandi dimensioni.



Paola Meneghini, presidente di Mewneghini&Associati



La Dott.ssa Paola Meneghini e il suo team

Il core business resta la sanità ma gli approcci sono cambiati, o siete alla ricerca di nuovi orizzonti?

Il mondo della sanità è per noi centrale ma non dominante. E' un campo in cui riusciamo ad ottenere ottimi risultati perché siamo in grado di offrire una consulenza a 360 gradi sulla comunicazione, sia in termini di strategia che di strumenti. Questo approccio olistico ci permette di lavorare molto bene su tutti i settori e le realtà pubbliche e private, che chiedono non un consulente ma un partner che condivida i loro obiettivi e i loro valori. Gli approcci al mercato sono gli stessi di sempre, cambiano gli strumenti. Sugli approcci e strumenti vale prima di tutto la reputation. Il fatto che abbiamo clienti fidelizzati in media da 5 anni significa che costruiamo delle relazioni di qualità e di fiducia. **Siete maturi per varcare il Rubicone e puntare al centro sud e per entrare - sempre nell'ambito della comunicazione - in nuovi settori di attività?**

Al Centro siamo al 100% operativi. Al Sud abbiamo alcuni clienti molto evoluti e demanding per i quali la geografia e i confini non esistono. Con il digitale il passaggio del Rubicone è chiaramente un non problema. Alcuni progetti li seguiamo direttamente, per altri lavoriamo in collaborazione con partner sul territorio con cui condividiamo un approccio altamente professionale.

In due parole il "modello Meneghini" e il suo segreto.

Ci siamo chiamati fin da subito "Meneghini & Associati" prevedendo team di lavoro dinamici ed elastici in cui Meneghini mette il metodo di lavoro e le competenze di comunicazione, mentre gli Associati rispondono a figure professionali molto specialistiche e molto qualificate in diversi campi del marketing e di settori produttivi. La nostra formula si è dimostrata vincente in anni in cui è cambiata la velocità con la quale si aggiornano le competenze e si stringono alleanze. La digitalizzazione è rapidità e precisione, è risultati misurabili,

è frammentazione e verticalità di know how. Per realizzare progetti efficaci è necessario essere flessibili e riuscire a costruire, progetto per progetto, il giusto puzzle di professionalità. In un mondo di servizi competitivo, la capacità di creare una squadra di "talenti", è la chiave per essere incisivi sul campo.

Un po' di storia. Come nasce Meneghini & Associati, i passaggi-chiave, affermazioni e sconfitte.

Meneghini & Associati nasce oltre 30 anni fa dalla curiosità di conoscere e farsi conoscere, che è implicito nel concetto di mercato, ma in fondo anche delle persone che vivono e si riconoscono in comunità. Ha colto le potenzialità di un settore che è mutevole, ma ha acquisito sempre più rilievo nelle dinamiche di mercato, guidati dall'intuizione del dove stava andando la comunicazione. Ci siamo arricchiti grazie ad incontri fortunati con persone meravigliose come Aldo Chiappe, uno dei padri delle relazioni pubbliche in Italia e tanti altri colleghi straordinari. Ci siamo sviluppati in una terra dove l'imprenditoria, la creatività, l'ingegno sono nel Dna delle persone. E oggi cresciamo con professionisti che hanno voglia di conquistare il mondo, giovani e meno giovani determinati, competenti, grandi lavoratori. Insomma una storia normale, come tante.

Il nostro progetto partner in sanità compie 20 anni e per la presenza dei messaggi pubblicitari negli ospedali siamo leader a livello nazionale. Ma guardiamo al presente e alle recenti acquisizioni, con Pop Wave abbiamo aumentato la potenza di fuoco nelle strategie di marketing e sui social, e lì ora ci concentriamo per portare la nuova organizzazione a regime. Ci sono state delusioni cocenti e soddisfazioni inaspettate, a deludere sono purtroppo quasi sempre le persone e a darci soddisfazione sono ancora una volta le persone. La serietà del nostro approccio, l'etica e la professionalità alla fine sono state una garanzia per contenere danni e dolori.

Le prospettive. Dove volete arrivare, quali obiettivi vi proponete?

In termini di numeri, in 3 anni come gruppo vorremo raggiungere 10 milioni di fatturato. Una sfida ambiziosa ma che crediamo di poter vincere, anche grazie alle nuove acquisizioni. In termini strategici, l'unico credo è fare bene e farlo sempre meglio. Ci sono sfide come l'informazione in sanità, e oggi la sostenibilità delle persone e del pianeta, nelle quali siamo impegnati con progetti di comunicazione importanti e che ci stimolano e motivano. Dare il nostro contributo sia pur piccolissimo e apparentemente magari impercettibile può sembrare poca cosa, ma se le persone, le aziende, le comunità, si impegneranno allo stesso fine, grazie al nostro apporto, ne sarà valsa la pena.