

FRANCO ROLLÈ, UOMO DI CAMPO E RELAZIONI

Torinese, classe 1964, Franco Rollè è dal 2014 Responsabile Commerciale e componente del settore Ricerca & Sviluppo di Euroverde Società Agricola. I suoi esordi nel settore dell'agro-alimentare risalgono al 1984, anno nel quale aprì a Settimo Torinese un supermercato fin dagli inizi leader nell'area di competenza, ubicato su 400 metri quadrati di superficie. Prima con le insegne del gruppo Crai, quindi SMA, infine UNES. Da subito con un'impronta precisa: "Massima vocazione al fresco con una percentuale che nel breve periodo salì dal classico 50% al 75%. Iniziammo immediatamente anche il lavoro con le insalate pronte, le verdure cotte, le macedonie di frutta. Si trattava, in quella fase storica, di novità assolute in perfetta assonanza con l'attenzione che volevamo dedicare al mondo della IV e V gamma e alle sue evoluzioni". Risale al 1990 la nascita di un'azienda fin dagli albori di riferimento nel settore della lavorazione del prodotto, con punti vendita ad effigie Ortomattino nella centralissima Torino (Via San Secondo e Piazza Santa Rita) e chiaramente nella realtà di Settimo Torinese, con tanto di cucine interne e realizzazioni di ricette in grado di catturare sempre più le attenzioni dei clienti.

Uomo di campo, Franco Rollè, capace di essere sempre sul "pezzo" come si suole dire in gergo e controllare direttamente, per oltre 30 anni, gli acquisti delle materie prime con presenza quotidiana e costante presso il mercato ortofrutticolo di Torino. Così come di curare personalmente la vendita ed il rapporto con il cliente finale: "Un valore aggiunto - sottolinea oggi - che mi ha permesso di acquisire esperienza nei rapporti con il consumatore e capire spesso in anticipo le esigenze, del mercato e prima ancora sue. Un bagaglio d'acquisizione e professionalità che Franco Rollè ha messo a totale disposizione dell'azienda di Azzano Mella (Bs): "In questi tre anni - prosegue - abbiamo triplicato i volumi, aumentato le referenze, la tipologia di prodotti del comparto zuppe e lavorazioni di V gamma cercando di differenziare l'offerta anche e soprattutto per la stagionalità, aspetto che ci connota rispetto alla concorrenza. Nell'ultimo periodo stiamo puntando molto anche sul discorso delle monoporzioni, in grado di soddisfare uno spettro di clientela finale ad ampio raggio, dal giovane al professionista, dalla famiglia al pensionato". Un lavoro, quello di Responsabile Commerciale, che conduce regolarmente Franco Rollè in tour per l'Italia e l'Estero: "È fondamentale - conferma - per collocare il prodotto sulle più diversificate piattaforme e capire in anticipo le involuzioni dei mercati, operazione da fare in perfetta sinergia con il comparto Ricerca & Sviluppo dell'Azienda".

Quale l'aspetto più esaltante di questo lavoro?: "Rimanere al passo con un settore in costante dinamismo, in particolare la parte dei piatti pronti. Ambito nel quale ci sono ancora grandi spazi di ampliamento e nel quale soddisfare le esigenze e quindi i gusti dei nostri referenti è fondamentale". L'aspetto invece più difficile e delicato?: "Per quanto concerne il lato "commerciale", cercare di avere interlocutori che esprimano fiducia e apertura mentale nei confronti delle nostre proposte e dei valori che vogliamo vengano immessi sul mercato attraverso le stesse. Inutile per esempio a nostro parere continuare a presentare sugli scaffali una zuppa di cipolle in estate, meglio puntare sulla stagionalità e su altre ricette in grado di soddisfare maggiormente il palato del consumatore, anche se questo può comportare un plus di lavoro per tutti. Verrà premiata in ogni caso la qualità nel suo complesso".

Obiettivi?: "Consolidare quanto fatto fino ad oggi, vedi dal 2016 la presenza di 20 ricette monoporzione pensando anche alla massima attenzione nei confronti di quelle basiche e tradizionali. Nel gennaio del 2018 immetteremo sul mercato tre nuove ricette, tra cui una vellutata di porri e patate con riso integrale, di assoluto livello".

Dinamicità e qualità sono le parole portanti di Franco Rollè e di Euroverde Società Agricola. In entrambi i casi sono innate in chi le rende realtà oggi. Valori che il Direttore Commerciale ha acquisito anche dalla lunga e professionale presenza nel settore alimentare dei suoi familiari: "Sono cresciuto - precisa - con il culto dell'attenzione massima alla qualità della materia prima che fa la differenza nella filiera e permette di avere un passo in più nella vendita, settore che mi ha permesso di

crescere giorno dopo giorno seguendo i gusti e le reazioni immediate della clientela".

Un professionista che fa della stessa dinamicità operativa il credo personale 24 ore su 24, abbinato alla passione per lo sport, la montagna e lo stare insieme. Una forza in più che ha portato con grande entusiasmo in Euroverde Società Agricola.