



CONFINDUSTRIA  
GENOVA

editoriale

**ANDREA CAMPORA**

Più futuro



l'intervista

**DAVIDE LIVERMORE**

Hic et nunc

realità /  
rappresentazione

# Genova *Impresa*

6-2023



Matteo Pelicci, amministratore di Millennium Group, presenta le tante opportunità offerte dalla società per rendere più semplice la vita ad aziende e privati.



Matteo Pelicci

# Servizio completo

**“Un’azienda, tanti servizi”.** Questo il claim, esemplarmente riassuntivo, che s’accampa in evidenza al centro della home page del sito di Millennium Group. E, in effetti, oggi il gruppo Millennium è una società di servizi ad ampio spettro, che, come un’operosissima mastrioska, va racchiudendo in sé una sempre più ampia schiera di mondi e attività. Millennium è un’agenzia di telecomunicazioni business e nel settore dell’energia, è broker leader nel comparto del noleggio auto a breve e lungo termine per privati e aziende nonché broker assicurativo, ed è un player di riferimento nell’ambito della logistica e dei trasporti a livello locale e nazionale. Ma non basta. Attiva ormai anche sul piano “creativo”, l’azienda della famiglia Pelicci si occupa di realizzare siti web ed e-commerce, e di “wrappare” - cioè, semplificando, di personalizzare - auto, scooter, veicoli commerciali e barche. Della “galassia Millennium” ci parla Matteo Pelicci, amministratore del Gruppo.

## Quali sono natura, obiettivi, contesti commerciali e operativi del Gruppo Millennium?

Il nostro Gruppo è composto da quattro società di servizio che operano nell’ambito delle telecomunicazioni, dell’energia, del noleggio auto e dei servizi web. Dal 1998 siamo attivi in Liguria, Piemonte e Lombardia. Attualmente abbiamo una rete capillare di agenti certificati (un’ottantina circa), che ci consente di portare i nostri servizi alle aziende di tutto il nord Italia. Dinamismo, motivazione e professionalità sono

i nostri cavalli di battaglia. Il marchio Millennium è nato nel 1998 da un’iniziativa di mio padre, Stefano Pelicci, che ora guida il ramo relativo all’efficientamento energetico. Mio padre lavora con una trentina di collaboratori, tra dipendenti, consulenti e agenti, in vico San Fortunato, davanti al Terminal Traghetti, in quella che è la nostra sede storica. Sul piano “storico”, appunto, noi siamo stati la prima agenzia di telecomunicazioni del gestore Wind, per il mercato aziendale: eravamo la prima vera alternativa a Telecom Italia, e per anni abbiamo lavorato con profitto, ottenendo molti riconoscimenti e, soprattutto, offrendo vantaggi significativi ai nostri clienti. Dinamici per attitudine, nel corso degli anni abbiamo capito, anche con il mio ingresso in azienda, che era opportuno iniziare a diversificare la nostra sfera d’azione. Eravamo bravi a fare quello che facevamo, le aziende genovesi e liguri si fidavano di noi, e, dunque, ci siamo detti, perché non provare ad ampliare la nostra offerta di servizi? Dapprima abbiamo inserito quelli relativi al risparmio energetico; successivamente abbiamo aperto la parte relativa al web, ovvero il ramo d’azienda che si occupa della creazione di siti ed e-commerce, e della gestione dei social media, sempre per le aziende; sei anni fa, nel 2017, abbiamo quindi iniziato a occuparci di ciò che è diventato presto il nostro core business, ovvero il noleggio auto.

**Con quali professionalità? Qual era ed è il profilo aziendale del vostro personale?**

La nostra storia parte dall'agenzia di vendita. D'animo noi siamo dei commerciali. Quasi il 70% del nostro personale si occupa di vendita; circa il 30% lavora invece nel back-office, in amministrazione, nel recruiting, nel marketing. Contrariamente a quanto si tende a pensare, non è affatto facile trovare dei venditori, anche perché in giro c'è una cattiva informazione: la professione del commerciale è articolata, ma è un lavoro che si può imparare tramite un'opportuna formazione, che insegna un metodo e genera competenza di merito. Il bello e l'arduo della vendita è saper capire nel minor tempo possibile qual è l'esigenza del potenziale cliente.

**Oggi la vostra attività principale è diventata il noleggio auto. Ci dà qualche ragguglio in più su questa linea di business?**

A Genova e in Liguria ormai siamo l'azienda che offre il servizio più completo ai suoi clienti, sia al cliente-azienda sia al privato. A livello, in particolare, di noleggio a lungo termine, offriamo una vera e propria consulenza, perché siamo broker di nove noleggiatori, circostanza che ci consente di operare in modo simile ai broker assicurativi e di predisporre diversi preventivi, per poi scegliere, d'accordo col cliente, quello che più e meglio corrisponde alle sue esigenze. L'aspetto consulenziale del nostro lavoro è importante, perché il mondo del noleggio a lungo termine è abbastanza complesso, e occorre fare attenzione per non incappare in sgradite sorprese. Oltre a questa attività, che sviluppiamo nella sede in via della Libertà, in via Barabino facciamo noleggio a medio o breve termine, attraverso una flotta di una cinquantina di auto di proprietà, supportando anche i clienti che sono in attesa della consegna della propria. Per completare il nostro pacchetto di servizi, in via Casaregis abbiamo aperto anche un concessionario, che si occupa di ritirare le auto messe a noleggio a lungo termine e di vendere le usate. Sempre nel settore auto, abbiamo creato un'officina di wrapping, che si chiama Wrappando, dove i clienti hanno la possibilità di pellicolare la propria auto cambiando colore, inserendo scritte o altro: customizziamo l'auto e la rendiamo originale, secondo una tendenza molto in auge in America, e in via d'incremento anche da noi.

**Qual è il servizio più richiesto e sul quale ritenete di dover investire ulteriormente?**

Il servizio più in crescita è senz'altro quello del noleggio auto. Sia a livello dei privati sia a quello delle aziende. I privati tendono a muoversi sempre di più con mezzi di mobilità alternativa, a disfarsi dell'auto di proprietà e a noleggiarne una soltanto quando gli serve, per delle esigenze puntuali: il week-end, le ferie, un appuntamento di lavoro fuori città. Circa le aziende, direi che la crescita dei volumi di noleggio corrisponde a una sempre maggiore consapevolezza da parte degli imprenditori del fatto che se un asset perde valore nel breve, allora, forse, comprarlo non è sempre utile.

**Dinamici come siete, avrete senza dubbio qualche novità nel mirino...**

Di recente abbiamo aperto un ramo d'azienda che si chiama Millennium Transport. Si occupa di logistica e trasporti per conto terzi, in città e sul territorio nazionale, compreso

il noleggio dei mezzi. È un servizio dedicato a tutti, ai privati come alle piccole e medie imprese: per esempio, parlando dei nostri rapporti con le imprese, abbiamo iniziato una collaborazione importante con Ikea, alla quale stiamo fornendo due furgoni e quattro dipendenti, che si occupano di trasportare e montare le loro merci. In ultimo, abbiamo aperto anche Millennium Assicurazioni, tramite la quale operiamo a buon pro dei nostri clienti come broker assicurativi ad ampio raggio - ci muoviamo dall'auto alla famiglia, alla persona, agli animali e, come ovvio, alle imprese, per le quali ci interessiamo di questioni che vanno dal TFM al TFR al welfare aziendale. Abbiamo un patrimonio di circa diecimila clienti, che seguiamo e "coccoliamo" con l'ambizione di diventare, in futuro, il loro partner aziendale per tutto ciò che riguarda i servizi. ● (M.P.)

