

AGOSTO 2022
www.cc-cash.it

linea diretta

PROFESSIONISTI AL SERVIZIO DELLA QUALITÀ



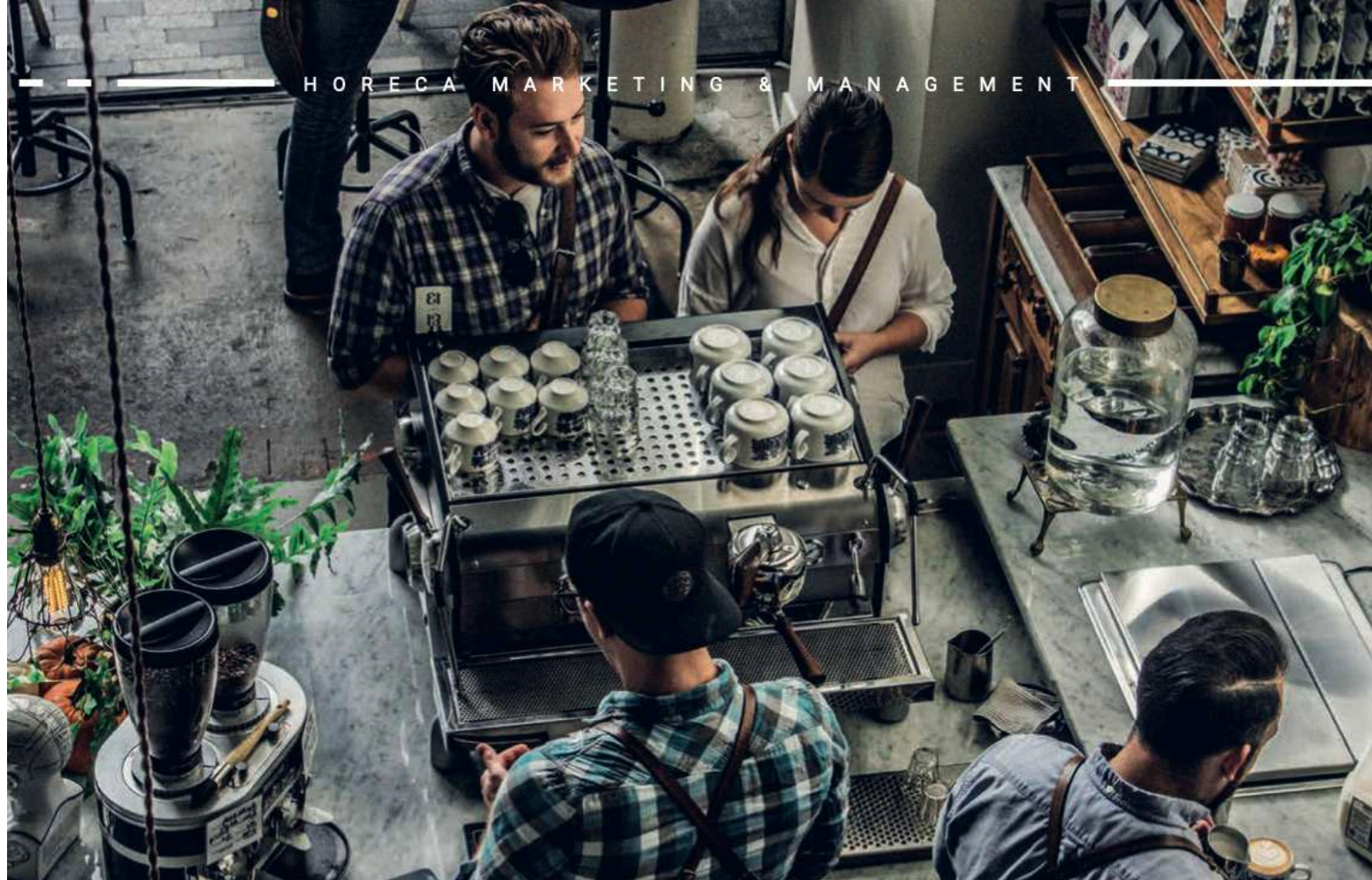
L'ESTATE VISTA DAL BAR

INCHIESTA

**STREGATI DALLA LUNA
CON I NUOVI COCKTAIL**

**L'EVOLUZIONE DEL GIN
E TUTTI I SUOI SEGRETI**

**PIATTI DA SOGNARE
CON CORTO MALTESE**



ROBOT VERSUS SAPIENS SFIDA DA FANTASCIENZA

di Giacomo Pini*

Investire sullo staff

Il mondo della ristorazione è in continua evoluzione. Oggi il cliente, al centro di ogni sforzo, non è alla ricerca semplicemente di un buon pasto, bensì di un'esperienza a 360°, il cui valore è generato da azioni e relazioni fra umani: per questo il vero valore delle cose sta nelle persone

Si sono susseguiti nel tempo diversi tentativi nel mondo dell'ospitalità e dell'accoglienza per automatizzare e "robotizzare" ogni elemento della gestione operativa, per provare a eliminare qualsiasi tipo di rapporto e supporto umano tra cliente e impresa. Basti pensare ai numerosi format attivi in tutto il mondo dove l'interazione è totalmente uomo-macchina, con il cliente che si serve da solo scegliendo la propria colazione da un distributore automatico, come nel Touch 24 Café nella Corea

del Sud. O ancora, ristoranti con menu interattivi che spostano la figura del personale di sala a tecnici informatici che girano fra i tavoli controllando che tutti i dispositivi funzionino al meglio e portando poi i piatti – sempre che anche per quest'azione non vengano sostituiti da un cameriere-robot, come accade al Sushi Sun Magliana di Roma.

Ma a cosa porta tutto questo? È vero, così facendo i costi che andrebbero sostenuti per il personale vengono ridotti, ma a che pro? Se la ristorazione

è tutto un insieme di relazioni umane, di contatto e comunicazione, come è possibile avere lo stesso risultato con la sostituzione delle principali figure professionali coinvolte nel settore? Forse, piuttosto che pensare a stravolgere la ristorazione per come la conosciamo e per come desideriamo invece preservarne la natura, sarebbe meglio imparare a gestire le risorse umane – perché di risorse si tratta, non di un peso; di investimento e non di mero costo – in maniera strategica.

Come fare squadra e creare il dream team

La gestione strategica delle risorse umane si differenzia da quella che è una gestione statica e ormai superata, in cui ogni membro del personale deve semplicemente eseguire quanto imposto da un mansionario redatto facendo copia e incolla da qualche annuncio di lavoro trovato online. Il fulcro di una gestione del personale più moderna e dinamica oggi mette in risalto il rilevante ruolo della formazione, essenziale per mantenere alto il rendimento di ciascun lavoratore e al contempo il livello di soddisfazione del cliente. In un mercato estremamente dinamico e assolutamente volubile come quello in cui ci troviamo a operare, riconoscere l'importanza di avere un team preparato e allineato alla filosofia dell'azienda è fondamentale per garantire longevità al business e costanza di qualità percepita dal consumatore finale.

La strategia giusta? Lavorare per obiettivi

Oltre alla formazione, per la creazione di quello che viene comunemente definito "dream team" risulta necessaria una organizzazione puntuale del lavoro. Alla base, la realizzazione di organigrammi, la stesura di job description e mansionari, la cui rilevanza viene arricchita quando vengono utilizzate metodologie organizzative come la OKR (Objectives and Key Results, in italiano obiettivi e risultati chiave). Lavorare conoscendo i macro obiettivi e i singoli

risultati chiave da raggiungere, individualmente e a livello di squadra, permette di gestire meglio le priorità e le responsabilità, di generare un framework di crescita personale collegabile eventualmente anche a un sistema di premi e incentivi, nonché di rendere solida e sempre ben visibile la direzione comune da mantenere e la destinazione finale da raggiungere, nell'ottica di una maggiore trasparenza ed efficacia.

Tra sala e cucina una perfetta armonia

Quando il dream team è coeso e opera all'insegna di collaborazione e cooperazione, l'efficacia è al massimo. Un ristorante punta effettivamente al vertice della propria performance quando la cucina e la sala comunicano, perché senza un buon piatto non c'è servizio che tenga, ma senza un buon servizio quel buon piatto potrebbe non riuscire a coinvolgere come dovrebbe il cliente. Senza poi parlare del discorso economico legato alla gestione sapiente del food cost e alle tecniche di vendita per aumentare lo scontrino medio: due leve importanti che devono coesistere per portare un locale di ristorazione al successo.

Ecco perché risulta fondamentale costruire una comunicazione bidirezionale tra le due entità interne al ristorante, per far sì che ci sia una condivisione fluida e trasparente di informazioni necessarie per elevare al massimo la soddisfazione del cliente.

TROPPI LOCALI O POCCHI LAVORATORI?

Si era ancora alle porte della stagione, quando le stime del sistema Excelsior di Unioncamere-Anpal evidenziavano come ben due offerte di lavoro per l'horeca su cinque andassero a vuoto. "Non si trovano lavoratori", riecheggiava il motto, e le motivazioni date erano tra le più disparate. Ma lasciamo che siano i dati a parlare.

- **Un locale pubblico ogni 180 abitanti**, secondo le stime Fipe: offerta polverizzata in una moltitudine senza controllo di realtà che non riescono a rispondere a una domanda più evoluta.
- **Il 25% dei ristoranti** tende a chiudere entro il primo anno di attività e solo un locale su due sopravvive cinque anni.
- **50.000 il dato sulla carenza di personale** nei locali di somministrazione (e oltre 300.000 per l'intero comparto del turismo) a inizio stagione secondo Unioncamere.
- **10% la percentuale dei 20enni sulla popolazione italiana** (30 anni fa erano il 16,3%) secondo i dati OCSE. Sempre meno giovani sono pronti a lavorare in sala e cucina, ma c'è anche meno sensibilità dal lato degli imprenditori verso concetti di produzione, valore e formazione. Questo comporta un crollo di giro d'affari generato da ogni singolo addetto alla sala o alla cucina, così come riportato da Eurostat. La crescita media del fatturato nel 2019 per i locali di somministrazione era arrivata a un 8,3%, contro però un aumento del 30,9% dell'occupazione nel settore ristorazione.