

Accademia Despar, l'alta formazione di Maiora

Alessandra Bonaccorsi 23 ottobre 2018



Una delle novità dell'Accademia Despar per il 2018 è stata la Formazione on boarding: un percorso dedicato ai nuovi collaboratori finalizzato in un mese a definire l'imprinting aziendale

Il bilancio dei tre anni di vita dell'Accademia Despar, un progetto voluto da Maiora, concessionaria del marchio Despar per il Centro-Sud, si sintetizza in cifre: oltre 1.000 collaboratori coinvolti, 65 corsi di formazione attivati e 3,5 milioni di euro investiti in poco più di tre anni. Dal 2015 ad oggi l'Accademia di alta formazione ha coinvolto numerose figure della "filiera" della distribuzione Despar: macellai (280 unità), gastronomia (290), addetti all'ortofrutta (160), store manager (95), cassiere (290) ma i corsi di formazione hanno riguardato anche gli uffici e la sede direzionale, attraverso i quali sono stati formati assistenti marketing, assistenti category, category manager, assistenti commerciali e addetti alle pratiche amministrative.

Nel 2018 per l'Accademia Despar, Maiora ha coinvolto 520 collaboratori per un investimento pari a circa 1,2 milioni di euro, oltre ai fondi stanziati dalla Regione Puglia e dall'Unione Europea per progetti e corsi formativi portati a termine. Una delle **novità** dell'Accademia Despar per il 2018 è stata la **Formazione on boarding**: un percorso dedicato ai nuovi collaboratori finalizzato in un mese a definire l'imprinting aziendale mediante la partecipazione a 4 corsi fondamentali tematici come la conoscenza dell'azienda e personal branding, accoglienza, sicurezza alimentare e sicurezza sul lavoro.

Quest'ultimo, in particolare, è svolto in modalità e-learning sulla piattaforma gestita in partnership dell'Ente Bilaterale del commercio di Bari.

Pippo Cannillo, presidente e amministratore delegato di Despar Centro-Sud,

spiega: *"Credo che i nostri addetti debbano saper raccontare il territorio e i nostri prodotti: il nostro macellaio, oltre ad essere uno specialista del settore, deve conoscere che tipo di carne vende al cliente e quindi consigliare su come cucinarla o conservarla al meglio. Ogni anno investiamo circa 1 milione di euro nella formazione del personale dei punti di vendita, ma anche di quello degli uffici perché vogliamo dare a tutti l'opportunità di fare carriera al nostro interno. L'educazione, come stimolo a riconoscere e sviluppare le proprie qualità, è la vera chiave per aprire le porte della competitività".*



Pippo Cannillo presidente e amministratore delegato di Despar Centro-Sud

I temi

Le proposte tematiche sviluppate spaziano dalla relazione e accoglienza clienti ai corsi



di inglese per addetti dei punti di vendita, dalle tecniche di vendita nei reparti freschi al visual merchandising, e ancora il lavoro di squadra nello start-up di un punto di vendita, tecniche di negoziazione, corso di storytelling e social media marketing. La formazione si articola in sessioni frontali sia in aula, sia all'interno di laboratori dei supermercati Despar in cui vengono trattati svariati temi: dalla conoscenza del prodotto alle

tecniche di lavorazione, dalla sicurezza alimentare alla gestione della relazione con il cliente passando a momenti di apprendimento on the job.

Gli obiettivi 2019

Nel 2019 l'obiettivo è **incrementare il percorso di formazione** mirato a migliorare le competenze mediante dei percorsi trasversali che possano abbracciare anche il mondo della Scuola e dell'Università attraverso progetti di alternanza scuola-lavoro. Negli ultimi due anni, infatti, sono stati circa 150 gli studenti delle scuole superiori del territorio ad aver effettuato un percorso di alternanza scuola-lavoro presso Maiora e oltre 30 gli studenti universitari che hanno svolto uno stage formativo presso il Centro Direzionale di Despar Centro-Sud.

Un percorso reso possibile grazie alla collaborazione tra Maiora e Università degli Studi di Bari, Università LUM Jean Monnet, Università degli Studi LUISS e l'Università degli Studi di Parma. Proprio con quest'ultima, Maiora ha sottoscritto una collaborazione per la definizione dei propri programmi di category management e di CRM.