

Speciale Gds

Maiora, concessionaria del marchio di distribuzione nel Centro-Sud, punta sulla formazione per soddisfare il consumatore

“Accademia Despar”, s’investe sulla qualità

Una vera e propria Accademia dedicata alla formazione del personale è stata fortemente voluta da Maiora, concessionaria del marchio Despar per il Centro-Sud, non solo per formare tecnicamente e professionalmente il proprio personale, ma soprattutto per preparare a gestire l'aspetto relazionale con la clientela e rispondere così ad una delle peculiarità di Despar: attenzione e cortesia nei confronti del consumatore. Una caratteristica che la società vuole continuare a implementare.

Sono oltre 1.000 collaboratori coinvolti, 65 corsi di formazione attivati e 3,5 milioni di euro investiti in poco più di tre anni. Questi alcuni dei numeri dell'Accademia Despar, un progetto fortemente voluto da Maiora, concessionaria del marchio Despar per il Centro-Sud, tra i protagonisti della distribuzione moderna del Mezzogiorno, che si occupa ogni giorno di formare veri specialisti di mestiere.

La missione è chiara: non solo persone preparate tecnicamente e professionalmente, ma soprattutto formate per gestire l'aspetto relazionale con la clientela e rispondere così ad una delle peculiarità di Despar: attenzione e cortesia nei confronti del consumatore.

Il progetto, avviato nel 2015 e strutturato attraverso un ufficio dedicato (non terziarizzato), rispecchia uno dei capisaldi di Maiora: credere fortemente nella crescita condivisa, perché permettere alle proprie risorse di crescere equivale a far crescere l'azienda.

All'Accademia Despar hanno preso parte fino ad oggi numerose figure della “filiera” della distribuzione Despar: macellai (280 unità), gastronomi (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. Diverse le proposte tematiche “top” ad alto gradimento come la relazione e accoglienza clien-



Presidente e ad Pippo Cannillo

ti, corsi di inglese per addetti dei punti di vendita, tecniche di vendita nei reparti freschi, visual merchandising, il lavoro di squadra nello start-up di un punto di vendita, tecniche di negoziazione, corso di storytelling e social media marketing.

Attraverso il prezioso apporto di formatori interni e docenti esterni, l'Accademia Despar trasmette abilità e conoscenze tecniche sia sui prodotti che sui processi. 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 ge-

Oltre 1.000 collaboratori coinvolti, ben 65 corsi di formazione attivati e 3,5 mln di euro investiti in poco più di tre anni

stione della relazione con il cliente passando a momenti di apprendimento on the job.

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. 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 proficua collaborazione tra Maiora e Università degli Studi di Bari, Università LUM Jean Monnet, Università degli Studi Luiss e l'Università di Parma.

Proprio con quest'ultima, Maiora ha sottoscritto una collaborazione per la definizione dei propri programmi di category management e di Crm. 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 per assolvere agli adempimenti del decreto legislativo numero 81 del 2008.

«Sul nostro bilancio la voce formazione ha un peso specifico importante» spiega Pippo Cannillo, presidente e amministratore delegato di Despar Centro-Sud. «Siamo consapevoli che questa non sia una cosa comune. 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 vendita, ma anche di quello degli uffici perché vogliamo dare a tutti l'opportunità di fare carriera al nostro interno. Nell'ultimo anno, tra dipendenti e affiliati, Maiora ha portato avanti un programma di formazione orientato a potenziare le competenze e le conoscenze all'interno di oltre 500 dipendenti con il chiaro intento di migliorare le singole performance arricchendo il tessuto e il capitale umano dell'azienda. Un percorso che ha visto unità impegnate in lezioni, pratiche e teoriche, con esperti del settore ed elevare così gli standard aziendali. L'educazione, come stimolo a riconoscere e sviluppare le proprie qualità, è la vera chiave per aprire le porte della competitività».



Professionalità ed educazione Un lavoratore specializzato al banco e il logo di Accademia

La sfida vinta di Cannillo

«Siamo consapevoli che questa non sia una cosa comune. Credo che i nostri addetti debbano saper raccontare il territorio e i nostri prodotti: il nostro macellaio, oltre ad essere uno specialista, 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 vendita, ma anche di quello degli uffici». Queste le parole di Pippo Cannillo, presidente e ad di Despar Centro-Sud.

Una delle novità dell'Accademia Despar nel 2018 è stata la Formazione on boarding: un percorso per i nuovi collaboratori finalizzato in un mese a definire l'imprinting aziendale con la partecipazione a 4 corsi fondamentali tematici come la conoscenza dell'azienda e personal branding, accoglienza, sicurezza alimentare e sul lavoro.

La missione è bonificare le zone ad alto valore territoriale e consolidare l'azione protezionistica

L'intesa con la Lipu per la natura

Le attività mirano anche alla pulizia e alla rimozione di rifiuti accumulati nel tempo

Pollice verde come l'abete. Maiora, concessionaria del marchio Despar per il Centro-Sud, oltre all'importante percorso formativo, continua la sua campagna a difesa dell'ambiente attraverso un accordo con la Lipu, tra le associazioni più attive per la conservazione della natura, la tutela della biodiversità, la promozione della cultura ecologica in Italia. Despar e Lipu, insieme, per bonificare diversi territori del Centro-Sud dall'elevato valore territoriale e dell'interesse collettivo con l'obiettivo di consolidare l'azione protezionistica per evitarne usi impropri, il ripetersi di azioni che possano creare danni ambientali, per favorire l'insediamento della fauna selvatica e interventi che si concentreranno sulla pulizia e la rimozione dei rifiuti accumulati nel tempo.

«La Responsabilità Sociale d'Im-



Direttore acquisti e marketing L'esperto Luigi Peschechera

presa per Despar – spiega Luigi Peschechera, direttore acquisti e marketing di Maiora - non è un concetto astratto o un obbligo a cui adempiere. È uno dei principi fondanti aziendali. L'impegno continuo, immutato e solido nel tempo, è quello di creare valore nella comunità in cui è illuminata l'insegna Despar attraverso un forte radicamento con il territorio stesso. Questo significa essere in prima linea anche nella salvaguardia del Pianeta: da questo nasce il connubio con la Lipu che, con 30.000 sostenitori, è un punto di riferimento per la difesa della natura in Italia». Un impegno importante, dunque, sul territorio e per il territorio.

Luigi Peschechera: «La responsabilità sociale d'impresa per Despar è uno dei principi fondanti»



Scelta Verde



Accordo Tante le iniziative messe in atto dall'Accademia e dalla Lipu