Flessibilità e formazione: la ricetta di Heineken per la ripartenza del canale fuori casa

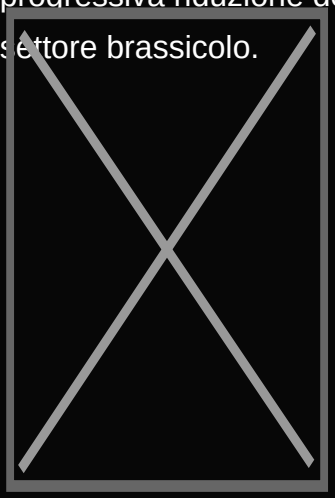
wietse-mutters-ad-heineken-italia-8a1b3c09

HEINEKEN Italia è fra i principali attori della filiera birraria che sta attraversando, come molte realtà del Paese, un momento di difficoltà a causa di una sostanziale chiusura per più di due mesi dell'Ho.Re.Ca., canale di vendita e di consumo molto importante per la birra, che in Italia vale il 40% in termini di volumi ma porta molto valore alle entrate. La nostra organizzazione è vicina ai distributori e ai gestori di locali che operano in questo canale, mettendo in campo aiuti concreti, modificando il proprio modo di fare business, interagendo in maniera flessibile per dare sempre più valore alle partnership con i clienti e fornendo formazione specifica ai professionisti del settore tramite "Università della Birra".

"Il nostro Gruppo è molto impegnato in queste settimane per cercare di venire fuori da una crisi senza precedenti nel mondo del fuori casa, in cui siamo coinvolti sia in modo diretto che indiretto". Commenta **Wietse Mutters**, Amministratore Delegato di HEINEKEN Italia. *"La situazione è complessa e necessita interventi su più fronti. Oltre alle azioni che svolgiamo come azienda, stiamo operando attraverso l'associazione di categoria in una direzione precisa a vantaggio del settore Ho.Re.Ca. Insieme al mondo beverage e la federazione dei distributori, Italgrob, chiediamo un aiuto concreto e specifico in termini di liquidità e fiscalità. Inoltre la birra, unica bevanda da pasto in Italia gravata da accise, è una parte fondamentale nel business dei punti di consumo e quindi, se alleggerita da questo eccessivo peso fiscale, può generare marginalità aggiuntive necessarie ai bar, ristoranti e pizzerie per superare questa crisi".*

Per due mesi le persone del Gruppo HEINEKEN in Italia, dalla forza vendita alla distribuzione e alla logistica sono state impossibilitate a svolgere il proprio lavoro sul campo. Ci sono stati reparti completamente fermi, altri a ranghi ridotti con rotazioni per garantire la continuità operativa. In generale, nel Gruppo abbiamo registrato un inevitabile forte calo delle attività. Ma abbiamo utilizzato questo periodo per pensare alla ripartenza e a come sostenere il mondo del fuori casa. È stato redatto

per tutti gli agenti della forza vendita e le persone dell’assistenza tecnica un vademecum con le indicazioni più importanti sulla sicurezza e sui comportamenti da tenere in ufficio e fuori, con i clienti. Stiamo formando le nostre persone per adottare questi comportamenti ma anche per fornire giuste indicazioni, informazioni sulle normative in atto e best practice raccolte in Italia e in Europa ai distributori e ai punti di consumo che stiamo visitando, come per esempio l’opportunità di sfruttare al meglio le terrazze e gli spazi aperti che forniscono maggiori garanzie di sicurezza ai consumatori. Ogni situazione è unica e diversa dalle altre. Per questo il nostro impegno è stare vicini al cliente a seconda delle sue specifiche necessità e della situazione in cui opera. Per esempio, valutando caso per caso, stiamo posticipando il pagamento da parte dei nostri clienti, abbiamo ridotto la quantità minima di acquisto e la varietà del portafoglio proposto così da essere più flessibili nella gestione delle vendite e stiamo aiutando i distributori a smaltire le giacenze. Abbiamo sollecitato – tramite AssoBirra – le istituzioni a rivedere aliquote iva e accise, partendo dal formato che caratterizza il fuori casa e l’esperienza birraria in questo canale: la spina. Nello specifico, chiediamo da un lato l’istituzione di un credito di imposta sulla birra alla spina, per supportare concretamente i punti vendita valorizzando un formato particolarmente sostenibile dal punto di vista ambientale, dall’altro una progressiva riduzione delle accise nel prossimo triennio per supportare tutta la catena del valore del settore brassicolo.



Università della Birra, da progetto strategico per il futuro ad aiuto concreto nel presente

Quando ha aperto i battenti, all’inizio dello scorso anno, Università della Birra – il primo polo di formazione in aula e digitale per la cultura e il business birrario in Italia – era pensato come un progetto proiettato al futuro, ma l’emergenza COVID19 ne ha anticipato di parecchi anni il valore strategico. E anche l’efficacia. Attualmente la formazione in aula sta subendo un periodo di stop forzato, ma Università della Birra continua a supportare i professionisti del settore adattandosi ad una quotidianità differente e ha approfittato di questo periodo per proseguire ed accelerare il proprio

percorso di digitalizzazione. La digitalizzazione dei corsi ci ha consentito di espandere l'audience sia in termini numerici che geografici. L'offerta formativa è stata ampliata anche grazie a nuovi corsi disponibili sulla nostra piattaforma e in soli due mesi abbiamo raccolto le adesioni di più di 4.000 nuovi gestori di bar e locali in tutta Italia.

"Pronti a ripartire", insieme

Oggi Università della Birra sostiene gli imprenditori del fuori casa fornendo loro informazioni pratiche e concrete su come gestire la ripartenza e riaprire il proprio locale in sicurezza. Questi contenuti digitali nascono con l'obiettivo di aiutare i proprietari di bar, ristoranti, pizzerie, i camerieri e tutti coloro che lavorano nel settore che, dalla ripresa, si sono trovati ad affrontare una nuova realtà. Tre aree dedicate all'interno della piattaforma di formazione:

• Quando apriamo come riapriamo: quest'area si focalizza sul nuovo setup del locale, l'igienizzazione degli impianti e il social distancing.
• La gestione delle persone dopo il Covid: formazione, nuova organizzazione e motivazione dei collaboratori.
• Asporto e delivery: la ristorazione cambia e ci sarà un nuovo modo di lavorare.

"Pillole" di formazione

Con l'obiettivo di continuare a fornire formazione e supporto a tutti i clienti Ho.Re.Ca., in questi mesi i docenti di Università della Birra hanno sviluppato "Pillole di formazione", una newsletter che racconta la cultura birraria, le competenze commerciali e la gestione aziendale. Un appuntamento settimanale che ha consentito di mantenere vivi i rapporti con gli oltre 6.000 professionisti della ristorazione iscritti.

La formazione di UDB non si ferma. Prepariamo il ritorno in aula con una novità: i "Per-Corsi"

In attesa di poter tornare in aula, Università della Birra ha messo a punto nuovi iter formativi che, specifici per ogni ruolo e mestiere dell'intera filiera di riferimento, si aprono a ventaglio sull'intero know-how consentendo ai fruitori di acquisire competenze articolate e tecniche complementari utili allo sviluppo delle dinamiche lavorative e all'incremento delle opportunità di business. Una risposta concreta e puntuale ai tanti e specifici segnali provenienti direttamente dal mercato che, sempre più, palesano l'esigenza di saperi integrati.

Ecco i 5 nuovi percorsi di studio, conoscenze trasversali e formazione integrata:

• Conoscere la birra oggi: dallo studio delle materie prime all'approfondimento delle tecniche di vendita. Un percorso alla scoperta di tutti i segreti della birra. Il programma fornisce suggerimenti e consigli utili in fase di vendita, conoscenze di base della birra, requisiti tecnici per apprendere il

funzionamento degli impianti spina e dei fusti.
• Il gusto della birra: percorso per imparare a degustare, a valutare, a spillare una birra e ad abbinarla al cibo in maniera corretta.
• Il capo a 360°: come gestire la squadra di venditori in maniera efficace? Un iter formativo ad hoc per i responsabili vendite Ho.Re.Ca. Mette a fuoco metodi e strumenti per gestire in maniera efficace il team di venditori e renderli veri e propri consulenti della clientela.
• La gestione imprenditoriale (in collaborazione con LIUC Business School): analisi dei flussi logistici, la gestione del magazzino, la riduzione delle scorte. Un percorso pensato per valorizzare le competenze di imprenditori e manager delle aziende distributive.
• Gestire con successo il punto di consumo: per gestire in maniera corretta e profittevole un locale non basta avere una conoscenza approfondita della birra. Occorre anche saper leggere un bilancio, riuscire a incrementare i ricavi e conoscere le leve per migliorare le performance del personale. Un percorso di studi ad hoc per i titolari di punti di consumo.