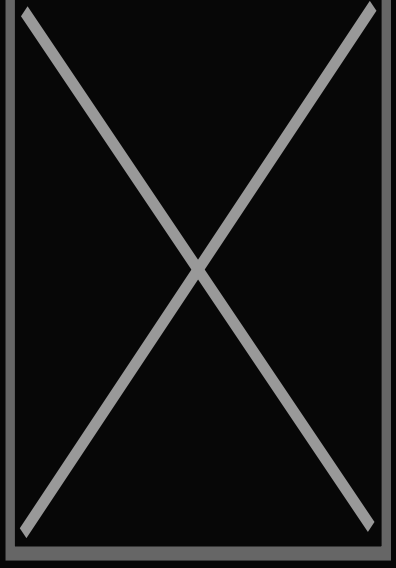
Ristorazione ai tempi del Covid, da Eg Consulting il decalogo Gnemmi

ristorante-coronavirus-298045a1

Per gli imprenditori quella appena trascorsa è stata un'estate rovente. L'evolversi della pandemia ha visto nascere nuove abitudini che hanno modificato notevolmente il potere di acquisto della popolazione italiana e il modo di vivere i luoghi di aggregazione e svago. A soffrire non solo i consumatori ma soprattutto i **ristoratori**, stravolti dalle nuove norme igienico-sanitarie e da una domanda radicalmente mutata. La **Eg Consulting**, azienda di consulenza a 360° che accompagna e supporta aziende emergenti e consolidate in ambito food&beverage e hospitality management, presenta il **Metodo Gnemmi**, un decalogo di **suggerimenti strategici e pratici** messo a punto da **Emanuele Gnemmi**, Owner della società.

La ristorazione italiana è dipinta a chiari scuri dai dati contrastati tra previsioni di fine primavera – a maggio 2020 si pensava che 8 italiani su 10 sarebbero tornati al ristorante – e evidenze effettive registrate da un'estate all'insegna del risparmio, **gli italiani hanno ridotto di oltre il 30% il budget per cenare fuori**. Il settore che nel 2019 valeva 86 miliardi di euro (+24% rispetto al 2018) precipita e il fatturato delle imprese della ristorazione nel secondo trimestre 2020 registra un **calo del 64,2%** (fonte Istat) che equivale a una **perdita di circa 13 miliardi di euro** (fonte Fipe – Confcommercio).

[caption id="attachment_178571" align="alignleft" width="200"]



Emanuele Gnemmi[/caption]

“La maggior parte degli economisti è concorde sul fatto che la ripresa economica sarà simile a una 'U' lenta e prolungata nel tempo, caratterizzata da una lunga fase di stallo. Anche da un punto di vista economico e gestionale, **è necessario imparare a convivere con il virus per tutelare le proprie attività**, perseguire una strada che ci aiuti ad affrontare il futuro e prevenire ulteriori difficoltà che possono emergere, per mantenere così alta la fiducia dei consumatori”, spiega Emanuele Gnemmi. “Non sono mai stato un sostenitore dell’immobilismo aziendale e, oggi più di prima, sono convinto che sia necessario muoversi e non arrestare la progettualità imprenditoriale”.

L’obiettivo del decalogo qui presentato è proprio quello di **incentivare comportamenti e iniziative gestionali virtuose** che se attivati possono realmente sostenere il business e le persone che rappresentano il nostro settore a tutti i livelli.

IL METODO GNEMMI

1) As is & ambizioni

È il punto di partenza, la fase da cui tutto ha inizio. Si tratta di un approfondimento che riguarda lo studio del proprio business, delle potenzialità, del mercato e dei competitor. Una buona analisi è fondamentale per la riuscita di un progetto imprenditoriale di successo e per stabilire concretamente gli obiettivi da raggiungere.

2) Il magico potere dell’organizzazione

Organizzazione significa anche saper identificare possibili ottimizzazioni di servizio. Infatti, solo con una buona organizzazione, si intende di risorse e di logistica, è possibile avere un quadro preciso e omnicomprensivo di quanto è in atto e dunque intervenire chirurgicamente senza sprechi di risorse, di tempo e economiche.

3) Back & Front, due processi paralleli

All'interno di un'attività di ristorazione, la forma di "consumo" rimarrà sempre la stessa: il cliente si siede, ordina, consuma o decide di portar via. Per far fede al criterio di organizzazione, e individuare facilmente possibili migliorie è necessario dividere in due cluster separati le operatività che compongono l'intero processo. Si parlerà di Front, per intendere l'accoglienza, il servizio e il consumo, mentre di Back per indicare i processi di preparazione. Le filiere operative parallele sono così pronte per collaborare insieme nel migliore dei modi. Efficienza.

4) Gestione e massimizzazione del profitto

La visione chiara, organizzata e distinta di sopra ci sostiene nello sviluppo di strategie commerciali e di marketing operativo semplici ma in grado di impattare i livelli di produzione effettivi. Ad esempio, è possibile intervenire nella gestione delle risorse - divisione dei compiti – quanto della capacità disponibile nella nostra attività, e lavorare dunque sulla combinazione dei tavoli più efficace per sostenere il nostro profitto.

5) Il valore del coperto

Che la location sia grande o di dimensioni ridotte, considerate le nuove norme di distanziamento sociale, è necessario valorizzare e sfruttare al meglio i coperti a disposizione. Avere una percezione reale di quella che è l'occupazione del nostro locale, ci permette di lavorare al fine che la percentuale di occupazione tavoli incrementi, spostando dunque la domanda a seconda dei gap di spazio e tempo a disposizione.

6) Prenotazioni e gestione della capacità

Controllare la curva delle prenotazioni permette di lavorare sulla gestione della capacità, ovvero di direzionare diversamente il flusso delle persone. Come fare? È necessario determinare la gestione della durata, migliorare le tempistiche di consumo e il controllo del servizio (Service Blueprint). Queste piccole accortezze permettono di ridurre i tempi morti e le situazioni non profittevoli.

7) Sharing is caring

Anche il processo di back prevede possibili ottimizzazioni, non ultima quella di creare dei veri e propri distretti di condivisione. Ovvero gruppi di ristoratori legati a un’area comune in grado di condividere informazioni sui prodotti, centralizzare gli acquisti e definire strategie congiunte di valorizzazione del territorio e implementare così le attività commerciali comuni.

8) Ambassador e definizione di una voce comune

Per facilitare la comunicazione tra i diversi ristoratori, è possibile introdurre una nuova figura, quella dell’Ambassador. Una persona di riferimento in grado di alimentare la coesione tra gli operatori, e identificare le necessità reali di ognuno di loro. In questo modo è possibile ridurre i costi dei prodotti, gestire il lavoro in modo più sostenibile e sicuramente differenziate rispetto ai competitor.

9) Saving e tecnologia in cucina

L’attività di ristorazione è l’esempio di azienda che lavora quasi sistematicamente in sovrapproduzione. Riuscendo solo poche volte, durante l’arco della settimana, a saturare realmente i livelli produttivi. A questo proposito, è quindi sempre più necessario trovare modalità di preparazione che permettano di immagazzinare correttamente il prodotto (semilavorato che sia) per poi ampliare, nei momenti di richiesta la possibilità di servizio.
La tecnologia ci permette di applicare alle fasi di lavorazione artigianali - tipiche dell’attività di ristorazione - nuovi processi (es. surgelazione criogenica, cotture a pressione per forni e brasiere, etc..) che solo fino a poco tempo fa erano disponibili solo a livello industriale. L’applicazione di queste nuove formule, che non prevedono investimenti particolari, ci aiutano a ridefinire i processi produttivi, ossia valorizzare e utilizzare i momenti morti e garantire la sostenibilità di tutte le forme di servizio che si vogliono attivare contemporaneamente.

10) Less in more, anche in ristorazione

Per evolversi è necessario fare delle scelte di riduzione drastica dell’offerta. In qualsiasi ambito e campo di applicazione (ristorazione commerciale o collettiva) bisogna avere il coraggio di andare a lavorare su menu che abbiano poche referenze. In questo nuovo scenario commerciale è utile dare valore al meno, riuscire a sottrarre per essere capaci di eccellere realmente in ciò che offriamo. Applicare rotazioni di prodotto più veloci, scelte bilanciate, realmente stagionali, caratterizzanti del concept dell’offerta del locale, sostenibili dal punto di vista ambientale, economicamente più

vantaggiose.