



Lucia Zitoli parla di Accademia Despar e della formazione del personale nei reparti ortofrutta

"La conoscenza è fondamentale per gestire al meglio ogni richiesta del cliente"

Per Maiora, concessionaria del marchio Despar per il centro-sud Italia, la formazione è una delle voci più importanti del bilancio e della sua programmazione: nel 2021 ha erogato un totale di oltre 23.500 ore formative, ripartite tra dirigenti, impiegati e addetti alle vendite, riservando alla formazione pro-capite, mediamente 40 ore, diventate anche 120 per alcuni corsi specifici. Nel 2022, Maiora ha potenziato il proprio programma di formazione, incrementando gli investimenti del 25% con l'obiettivo di erogare il 35% di ore in più rispetto all'anno precedente.



L'azienda si è dotata di una nuova aula per la formazione, sviluppata presso il nuovo Interspar di Modugno (Bari), potenziando la qualità dei progetti formativi rivolti ai propri dipendenti. Si tratta di una delle sedi del prestigioso progetto "Accademia Despar": un percorso dedicato al personale, che si basa su un programma di corsi erogati, volti a fornire una elevata preparazione tecnica e l'acquisizione di soft-skills, come la gestione del team, la relazione con il cliente, la relativa accoglienza e lingua inglese.



"La proposta consiste nella creazione di una mappa logica - spiega Lucia Zitoli, responsabile della formazione di Maiora - Abbiamo provato a pensare a uno spazio in cui l'efficacia dell'apprendimento fosse enfatizzata da un ambiente piacevole ed evocativo, ma soprattutto vicino alla dimensione reale dello store Despar. Anche i concept grafici, inseriti all'interno dell'Accademia, nascono per ricordare alle nostre risorse umane i valori aziendali, che restano il *leitmotiv* alla base della gestione delle attività di formazione: crescita, sicurezza, consapevolezza e autonomia".

I contenuti dei percorsi formativi delle varie mansioni sono progettati e svolti internamente presso le sedi formative di Maiora, con il contributo di docenti e mentor interni e con l'ausilio di docenti esterni esperti. La formazione con

mentoring interno è particolarmente utilizzata per i percorsi di addetti vendita e di specialisti di reparto pescheria, panetteria, gastronomia, salumeria e ortofrutta.

Reparto ortofrutta

"Per quanto concerne il reparto ortofrutta, le attività formative hanno seguito diversi focus e contenuti - spiega Zitoli - Le parti più rilevanti del programma formativo, atto a incrementare le competenze del nostro personale, hanno riguardato: il deperimento dei prodotti ortofrutticoli e i fattori che lo influenzano; la valutazione del deperimento e il ritiro dalla vendita; la normativa del settore ortofrutta; alcune complessità sugli ortofrutticoli più venduti; la corretta gestione e l'organizzazione del reparto; i consigli per lo stoccaggio e la conservazione in reparto".

In relazione al deperimento dei prodotti ortofrutticoli, la responsabile della formazione di Maiora sottolinea che conoscere per stimolare un'attenzione al prodotto va al di là di regole e imposizioni. "La conoscenza è fondamentale per gestire al meglio ogni richiesta del cliente. Perciò vengono studiate le peculiarità dei prodotti ortofrutticoli e le loro caratteristiche: respirazione, traspirazione (perdita acqua), produzione di etilene, maturazione della frutta (prodotti climaterici e aclimaterici), danni da freddo e meccanici, presenza di parassiti, luce e umidità dell'aria".



"La scelta dell'eventuale ritiro di un prodotto dalla vendita deve essere oculata, basata quanto più possibile su elementi oggettivi - continua Zitoli - È importante saper comprendere quanto sia possibile spingersi in là con la rilavorazione dei prodotti in modo da evitare scarti. Le norme di commercializzazione dell'ortofrutta

ci consegnano, inoltre, un quadro normativo chiaro, in grado di darci un notevole aiuto in fase di decisione, oltre che fondamentali per rispettare la legge e non incorrere in sanzioni da parte dell'AGECONTROL".

Zitoli evidenzia, inoltre, che l'organizzazione del reparto è la parte dove emergono maggiormente le indicazioni dei responsabili aziendali. "Layout, display, planogramma per mostrare come devono essere visualizzate le merci nel punto vendita e istruzioni operative sono gli elementi chiave trattati durante la formazione. Ma anche una corretta gestione del reparto è di grande importanza. In particolare, conoscere le operazioni e le istruzioni di allestimento, ma anche ciò che riguarda ordini, ricevimento merce, stoccaggio in cella e gestione scarti".

"Durante il 2021 abbiamo svolto incontri *ad hoc* per l'intero team dei nuovi store - continua Lucia Zitoli - durante i quali esperti trainer hanno svolto attività di formazione, trasferendo concetti come la cultura del servizio al cliente e la cultura del lavoro di qualità. L'emergenza sanitaria ci ha spinto verso la formazione online, riuscendo a coprire circa il 50% delle ore didattiche con sistemi di learning system management. Quella che in precedenza era stata una timida esperienza, è diventata prima una necessità e poi un'opportunità".

E i dati lo confermano: nel 2021 si è registrato il 10,12% di miglioramento delle incidenze delle vendite del reparto sul totale incasso, con una riduzione degli scarti pari al 15% e un potenziamento della qualità percepita da parte dello shopper del 12,96%, misurata in termini di aumento della percentuale dei clienti che hanno effettuato acquisti nel reparto.

Data di pubblicazione: lun 30 mag 2022

Author: [Maria Luigia Brusco](#)

© [FreshPlaza.it](#)

