



FLAVOURS of EUROPE

Benvenuti!



Ciao a tutti! Mi presento. Sono Jana. Vi accompagnerò durante il corso con idee, consigli e commenti, con l'obiettivo di aiutarvi a completare il corso con successo.

Ricordate alcune cose in anticipo:

- Ogni modulo è suddiviso in unità. Al termine di ogni unità potrete completare il questionario di autovalutazione per passare alla fase successiva.
- Oltre al materiale di ogni modulo, sono disponibili diversi materiali supplementari per migliorare la conoscenza di ogni argomento:
 - **Link di interesse.** Siti web a cui potete rivolgervi per completare le vostre informazioni.
 - **Informazioni aggiuntive.** Alcuni box che appariranno nel testo per chiarire alcune idee, concetti, definizioni...
 - **Casi di studio.** Le migliori esperienze per aiutarvi ad avere una visione pratica di ogni argomento.
- Siamo a vostra disposizione per aiutarvi in tutto ciò di cui avete bisogno durante questo processo di apprendimento.



FLAVOURS
of EUROPE

**Modulo #1 del kit di strumenti
per la formazione**

Imprenditore nel mio paese

UNITA'

1. Che cos'è l'imprenditorialità? Imprenditorialità nell'ambiente rurale.
2. Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità familiare.
3. Quadro giuridico e passi necessari.
4. Come garantire la soddisfazione del cibo locale.
5. Come garantire e misurare la qualità e il valore.
6. Come soddisfare le aspettative dei turisti.
7. Il cibo, la base della gastronomia
8. Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.
9. Conclusioni



Iniziamo

UNITA'

1. Che cos'è l'imprenditorialità? Imprenditorialità nell'ambiente rurale.
2. Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità familiare.
3. Quadro giuridico e passi necessari.
4. Come garantire la soddisfazione del cibo locale.
5. Come garantire e misurare la qualità e il valore.
6. Come soddisfare le aspettative dei turisti.
7. Il cibo, la base della gastronomia
8. Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.
9. Conclusioni

UNITA' 1

Che cos'è l'imprenditorialità? L'imprenditorialità nell'ambiente rurale.

Benvenuti in questo primo Manuale! Oggi iniziate un percorso pieno di sfide per diventare imprenditori nelle aree rurali. Sappiamo che la strada non è facile, quindi vogliamo offrirvi ogni tipo di risorsa per rendere tutto più semplice.

Vogliamo iniziare con una definizione di imprenditore. Ci sono molti modi per definire un imprenditore.

- Un imprenditore è una persona che intraprende con decisione azioni o imprese innovative.
- Un imprenditore è una persona in grado di identificare e scoprire un'opportunità commerciale. Su questa base, organizza le risorse per avviare un progetto imprenditoriale.
- Un imprenditore individua le opportunità analizzando e studiando il mercato e le sue fluttuazioni. In questo modo, individua le preferenze e gli atteggiamenti del pubblico.
- L'imprenditore raccoglie risorse finanziarie, economiche e umane per dare forma al suo progetto.
- L'imprenditore mette in moto l'idea con determinazione, affrontando la sua posizione di responsabilità.
- L'imprenditore insegue un sogno e non si ferma finché non lo realizza.



Lui stesso è già un imprenditore perché ha voluto intraprendere questo percorso..

Domanda

?

Con quale di queste definizioni vi identificate maggiormente? Potete fornire una definizione?





FLAVOURS
of EUROPE

UNITÀ 1
Che cos'è
l'imprenditorialità?
Imprenditorialità
nell'ambiente rurale.

Alcuni imprenditori hanno competenze molto specifiche. Forse anche voi avete alcune di queste.

1. Creatività imprenditoriale, per creare nuove idee commerciali.
2. Leadership, che vi aiuterà a lavorare con altre persone e a fissare un obiettivo.
3. Capacità di adattamento e di gestione del cambiamento. Ciò significa sapersi adattare a nuove circostanze (cambiamenti nella domanda di prodotti, cambiamenti nella legislazione, ecc.)
4. Perseveranza e orientamento agli obiettivi, poiché all'inizio le condizioni possono essere sfavorevoli e bisogna saper perseverare. Michelle Obama ha detto che non esiste una formula magica per il successo; tutto si riduce al duro lavoro, alle decisioni giuste e alla perseveranza.
5. Passione. Un imprenditore come voi dovrà essere entusiasta e credere nella propria idea per poterla sviluppare.
6. Fiducia in se stesso, per dare sicurezza al progetto e al team e per raggiungere gli obiettivi prefissati.
7. L'imprenditore deve essere una persona realistica e avere una grande capacità di analisi dell'ambiente.
8. Assumere rischi calcolati è molto importante per l'imprenditore per non cadere in false opportunità. Attenzione! È importante non rischiare più di quanto si possa.

L'imprenditorialità continua a essere un settore in cui l'Europa è in netto svantaggio rispetto ad altri Paesi del mondo. Ad esempio, una percentuale maggiore di adulti americani, canadesi e australiani in età lavorativa è impegnata in attività imprenditoriali rispetto ai loro coetanei europei.

**Lo
sapevate che**



L'Unione Europea incoraggia la creazione di imprese e la promozione della cultura imprenditoriale, soprattutto in tre priorità.

1. *Migliorare l'educazione e la formazione all'imprenditorialità.*
2. *Eliminare gli ostacoli amministrativi.*
3. *Promuovere la cultura dell'imprenditorialità.*





FLAVOURS
of EUROPE

UNITÀ 1

Che cos'è
l'imprenditorialità?
Imprenditorialità
nell'ambiente rurale.

La qualità più importante dell'imprenditoria rurale risiede nel fatto che le persone (come voi) generano la propria alternativa di lavoro in modo da non dover lasciare il proprio ambiente di vita. Questa mancanza di opzioni professionali e di offerte di lavoro è legata anche al mantenimento delle imprese familiari e alla grande sensibilità per lo sviluppo e la crescita della popolazione in cui vivono.

Il futuro non è solo nelle cosiddette smart city, ma anche nelle aree rurali. Attualmente, le aree rurali offrono una grande opportunità di sviluppo: i professionisti delle città cercano luoghi nell'ambiente rurale per sviluppare il proprio talento e migliorare la qualità della vita.

Inoltre, le agevolazioni per l'imprenditoria rurale fanno sì che sempre più persone decidano di fare il salto dalla città alla campagna. I programmi di aiuto e l'ambiente meno competitivo rendono il mondo rurale un'opzione concreta per molte persone che vogliono cambiare la propria vita e avviare un'attività in proprio.

Sembra che nelle zone rurali sia più facile proporre una nuova attività a cui nessuno nella zona ha pensato e che ci sia meno concorrenza. E non solo, ma quando si tratta di avviare una nuova attività, tutto, in generale, è più economico: il costo delle abitazioni, dei locali commerciali o di un magazzino e il tenore di vita sono più accessibili rispetto alle città.

Lo sapevate



L'ambiente rurale è sempre stato sconosciuto agli imprenditori urbani e non ha catturato il loro interesse, ma la crisi COVID-19 sta cambiando la percezione che avevamo del mondo e probabilmente segnerà un prima e un dopo nella nostra società, nel nostro modo di lavorare, nei nostri valori di vita, nelle nostre abitudini di consumo e, forse, questi cambiamenti possono essere un'opportunità per il mondo rurale e per promuovere l'imprenditorialità in questo ambiente.



UNITÀ 1

Che cos'è l'imprenditorialità? Imprenditorialità nell'ambiente rurale

Unità 1

Domande di autocorrezione
Indicare la risposta corretta

DOMANDA 1

Scegliere la risposta giusta.

- a) Un imprenditore mette in moto l'idea con determinazione, affrontando la sua posizione di responsabilità.
- b) Un imprenditore mette in moto l'idea con determinazione, affrontando la sua posizione di potere.
- c) Un imprenditore mette in moto l'idea con determinazione, affrontando la sua posizione di interesse finanziario.
- d) Un imprenditore mette in moto l'idea con aiuto pubblico, affrontando la sua posizione di responsabilità.

DOMANDA 2

Scegliere la risposta giusta.

- a) L'imprenditore deve essere una persona realistica e avere una grande capacità di analisi dell'ambiente.
- b) L'imprenditore deve essere innanzitutto una persona fantasiosa. Il realismo lo lasciamo ai contabili.
- c) L'imprenditore deve essere prudente, ma non realista. La realtà non è la migliore possibile per l'imprenditorialità.
- d) Nessuna delle risposte precedenti è corretta.

DOMANDA 3

Scegliere la risposta giusta.

- a) L'imprenditorialità nelle aree urbane o rurali è indistinta, purché si abbiano le idee chiare.
- b) Le aree rurali offrono grandi opportunità all'imprenditorialità.
- c) L'imprenditorialità nelle aree rurali è un grave errore, a causa della mancanza di opportunità.
- d) Le città intelligenti creano un aumento delle opportunità per l'imprenditorialità nelle aree rurali.

DOMANDA 4

Scegliere la risposta giusta.

- a) Il costo di avviamento di un'impresa è funzione diretta del personale assunto. Nelle zone rurali, questo costo è più elevato.
- b) L'investimento iniziale per avviare un'attività non dipende dalla zona scelta.
- c) Il costo dello sviluppo aziendale è più basso nelle città che nelle zone rurali.
- d) Il costo delle abitazioni, dei locali commerciali o di un magazzino e il tenore di vita sono più accessibili nelle zone rurali che nelle città.

LINKS OF [Fare affari](#)
INTEREST [nell'Unione Europea](#)



[Che cos'è](#)
[l'imprenditorialità](#)



UNITA'

1. Che cos'è l'imprenditorialità? Imprenditorialità nell'ambiente rurale.
2. Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità familiare.
3. Quadro giuridico e passi necessari.
4. Come garantire la soddisfazione del cibo locale.
5. Come garantire e misurare la qualità e il valore.
6. Come soddisfare le aspettative dei turisti.
7. Il cibo, la base della gastronomia
8. Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.
9. Conclusioni

UNITA' 2

Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità di tipo familiare.



In modo simile al famoso gioco Trivial Pursuit, vi invitiamo a riflettere su sei aree o fasi per creare un'impresa in un ambiente rurale partendo da zero. Storia (giallo). La vostra storia personale. Conoscete le competenze e le abilità in cui avete avuto successo in passato.

- Geografia (blu). Dove volete arrivare. Qual è il vostro obiettivo nella creazione di un'azienda?
 - Arte e letteratura (marrone). Letture, relazioni e documenti per la creazione dell'azienda.
 - Scienza e natura (verde). La vostra realtà, il vostro ambiente, l'osservazione della realtà.
- Spettacoli (Rosa). Abilità personali. L'"arte che avete". Qual è la vostra arma segreta?
- Sport (arancione). Pratica.

Lo sapevate che...?



Trivial Pursuit è un gioco da tavolo. Scott Abbott, redattore sportivo del quotidiano Canadian Press, e Chris Haney, fotografo della rivista Montreal Gazette, svilupparono l'idea nel dicembre 1979; il loro gioco fu pubblicato due anni dopo. Negli Stati Uniti il gioco divenne popolare nel 1984, quando ne furono vendute circa 20 milioni di copie. Parker Brothers (ora parte di Hasbro) acquistò i diritti del gioco nel 1988. Nel 2004 sono state vendute circa 88 milioni di copie, in 26 Paesi e 17 lingue.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITÀ 2

Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità di tipo familiare.



STORIA

Esperienze passate

Le vostre esperienze costituiranno la base della vostra attività, perché chi si imbarcherebbe in un progetto in cui ha poche possibilità di successo? Analizzate quali sono le attività in cui avete avuto successo in passato. Anche se non siete ancora diventati imprenditori, siamo sicuri che ci sono esperienze che potete incorporare nel vostro nuovo progetto, soprattutto quelle gastronomiche.

- Avete mai cucinato per qualcuno che non fosse la vostra famiglia?
- Avete piantato, curato o raccolto prodotti?
- Siete interessati a trattare con le persone?
- Avete annotato le ricette dei vostri genitori o dei vostri nonni e avete provato a replicarle di tanto in tanto?

Ricorda:



Tutte queste esperienze vedranno ora la luce del giorno in un modo nuovo e magico. Ricordate quali sono e scrivetele. Saranno molto preziose per voi.



"Non c'è miglior veggente del futuro che il passato".
(Prof. Luis Puchol)



UNITÀ 2

Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità di tipo familiare.



GEOGRAFIA

Obiettivi e Strategia

Tutto inizia con un'idea, che deve essere trasformata in obiettivi. Ricordate che i vostri obiettivi devono essere SMART, ossia:

- **Specifici:** Non avere chiaro il proprio obiettivo è un buon inizio... per un disastro. Prendetevi un po' di tempo per riflettere onestamente su questo aspetto. Ad esempio, "aumentare le vendite" è tutt'altro che un obiettivo specifico.
- **Misurabile:** Ricordate di utilizzare variabili che potete misurare in seguito. Ad esempio: "Crescere del 3%" è un obiettivo misurabile. La misurabilità di un obiettivo SMART può essere quantitativa o qualitativa.
- **Realizzabile:** Deve essere realizzabile. Pertanto, dovete fare in modo che la vostra idea si collochi sull'obiettivo.
- **Rilevante:** Non arrivate a metà strada. Cercate di rendere l'obiettivo un po' ambizioso, in modo da mettervi alla prova.
- **Legato al tempo:** È molto importante che gli obiettivi abbiano una data di scadenza, o un periodo di tempo in cui devono essere completati. Questo non solo dà un senso di urgenza, ma aiuta anche a verificare se l'obiettivo è stato raggiunto o meno.



"Non c'è vento favorevole per chi non sa dove sta andando". (Seneca)

Lo sapevate
che...?



La strategia consiste semplicemente nel pensare a lungo termine. Dove vorreste vedere la vostra piccola impresa tra cinque anni? Avendo sempre in mente la strategia, sarà più facile raggiungerla.



UNITÀ 2

Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità di tipo familiare.



ARTE E LETTERATURA

Risorse per l'imprenditorialità

Di quali risorse avete bisogno per realizzare il vostro progetto? Ci sono molte persone che potrebbero aver già intrapreso un'impresa simile e aver sistematizzato le loro esperienze in libri o manuali. D'altra parte, è anche possibile che nella vostra regione esistano aiuti, uffici o enti di sostegno per gli imprenditori e, più in particolare, per le zone rurali. Fate una raccolta di tutto questo il prima possibile.

- a) Libri e manuali sull'imprenditorialità
- b) Rapporti sui clienti
- c) Testimonianze ed esperienze di altri imprenditori della vostra città o dei dintorni che, anche se non operano nel vostro stesso settore, possono sicuramente raccontarvi le loro impressioni su clienti, mercato, orari...
- d) Gli uffici di supporto agli imprenditori sono comuni nelle aree rurali. Non esitate a contattarli. La maggior parte di essi sono di natura pubblica e dispongono di tecnici in grado di aiutarvi a realizzare correttamente il business plan.



""Se le vostre aspirazioni non sono superiori alle vostre risorse, non siete un imprenditore". (C.K. Prahalad)





FLAVOURS
of EUROPE

UNITÀ 2

Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità di tipo familiare.



SCIENZA E NATURA

Ambiente



L'analisi del mercato è fondamentale per il nostro business plan. Analizzeremo, da un lato, il mercato in cui verrà introdotto il prodotto, le sue dimensioni, i fattori di successo che lo caratterizzano, quali barriere all'entrata e all'uscita potremmo incontrare, qual è la sua naturale evoluzione e crescita, il suo ritmo successivo e le tendenze attuali. E, d'altra parte, dovremo fare un'indagine approfondita sulla concorrenza che dobbiamo affrontare per offrire il prodotto migliore e raggiungere il maggior numero di consumatori. Ma state tranquilli! Sicuramente in un mercato rurale la concorrenza sarà sempre "amichevole".



"Non importa se l'ambiente circostante è buio. Illumina la tua parte". (Anonimo)





FLAVOURS
of EUROPE

UNITÀ 2

Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico local e nella propria unità di tipo familiare.



SPETTACOLI ED INTRATTENIMENTO

Competenze personali

Quali sono le vostre abilità più importanti? Sono certo che sapete fare cose che hanno un impatto positivo sulla vostra attività. Queste competenze (chiamate soft skills) sono quelle che migliorano il vostro progetto, le relazioni con i clienti e, naturalmente, la vostra vita personale. Quali sono queste competenze?

- Gestione del tempo.
- Parlare in pubblico.
- Lavoro di squadra.
- Leadership.
- Abilità di vendita.
- Negoziazione.
- ... e così via fino a più di venti.

Vi invitiamo a rafforzare alcune di queste abilità, che saranno molto utili nel vostro futuro di imprenditori.

Domanda: In quale abilità vi riconoscete maggiormente e quale competenza pensate di poter apportare agli altri quando lavorate in gruppo?



"Quando tutto cambia... sono necessarie nuove competenze". (Marta Grañó)



UNITÀ 2

Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità di tipo familiare.



SPORT

Azioni da sviluppare

Ora dobbiamo metterci al lavoro. E bisogna farlo passo dopo passo, con pazienza, sapendo che ci saranno molte difficoltà da affrontare.

In questa fase dovrete definire il modello di business e il piano finanziario, che descriverà nel dettaglio gli accordi finanziari (come vi finanzierete), il portafoglio principale di prodotti o servizi per raggiungere gli obiettivi strategici, un conto economico intermedio e tutte le esigenze di finanziamento a breve/medio/lungo termine.



"Quando tutto cambia. "L'idea che non cerca di diventare una parola è una cattiva idea, e la parola che non cerca di diventare un'azione è una cattiva parola". (Chesterton)



UNITÀ 2

Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità di tipo familiare.

Unità 2

Domande di autocorrezione

Indicare la risposta corretta

DOMANDA 1

Scegliere la risposta giusta:

- a) Le esperienze passate non servono a nulla quando si tratta di avviare un'impresa.
- b) L'esperienza è un chiaro predittore delle attività in cui avremo successo in futuro.
- c) Ci sono molti imprenditori di successo senza esperienze personali.
- d) Nessuna delle affermazioni precedenti è corretta.

DOMANDA 2

Scegliere la risposta giusta:

Un obiettivo in termini SMART significa che è:

- a) Specifico, Misurabile, Appropiato, Rilevante e Tempestivo.
- b) Adeguato, Misurabile, Raggiungibile, Realistico e Limitato nel tempo.
- c) Specifico, misurabile, realizzabile, pertinente e limitato nel tempo.
- d) Sostenibile, significativo, realizzabile, pertinente e limitato nel tempo.

DOMANDA 3

Scegliere la risposta giusta:

- a) Le testimonianze che altri imprenditori possono darvi non devono essere prese in considerazione nella vostra azienda, se provengono da un altro settore.
- b) Un buon imprenditore non condividerà mai con voi le sue chiavi del successo.
- c) Le testimonianze che altri imprenditori possono

darvi non sono importanti perché ogni persona è diversa.

- d) Le testimonianze di altri imprenditori possono essere molto interessanti quando si avvia un'attività.

DOMANDA 4

Scegliete la risposta giusta:

Citare un'abilità che non è direttamente necessaria per avviare un'impresa.

- a) Resistenza fisica.
- b) Capacità di ascolto.
- c) Negoziazione
- d) Leadership

DOMANDA 5

Scegliere la risposta giusta:

- a) La strategia è la disciplina che consiste nel fissare obiettivi immediati e facili da raggiungere.
- b) La strategia è l'arte di pensare a lungo termine.
- c) La strategia è stabilire un posizionamento nella mente del potenziale consumatore del nostro prodotto.
- d) La strategia è lo sviluppo di una scorecard con tutte le aree dell'azienda.



UNITA'

1. Che cos'è l'imprenditorialità? Imprenditorialità nell'ambiente rurale.
2. Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità familiare.
3. **Quadro giuridico e passi necessari.**
4. Come garantire la soddisfazione del cibo locale.
5. Come garantire e misurare la qualità e il valore.
6. Come soddisfare le aspettative dei turisti.
7. Il cibo, la base della gastronomia
8. Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.
9. Conclusioni

UNITA' 3

Quadro giuridico e passi necessari

In questa unità analizzeremo un aspetto fondamentale, il quadro giuridico di riferimento per la creazione di un'impresa.

Il primo passo per la costituzione di una società, per quanto piccola, è la scelta della sua forma giuridica. È preferibile farlo con l'aiuto di una società di consulenza con cui gestire gli inizi: costituzione della società, obblighi fiscali, pagamento delle imposte...



Da tenere presente: Ogni tipo di società richiede un numero minimo di soci e di investimenti (capitale) e determina la responsabilità della società e dei soci per i debiti della società.

Esistono altri tipi speciali di società, come le Comunità civili o le Comunità di beni, che hanno caratteristiche diverse dalle precedenti e che sono disciplinate a livello fiscale in modo diverso.

Può anche darsi che alla fine si scelga di stabilirsi come **lavoratore autonomo**.





Una volta scelta la forma giuridica più adatta a voi, è il momento di registrare la vostra attività presso il Registro dei marchi o un ente simile del vostro Paese.

In ogni Paese o regione esiste un registro che registra il numero di aziende e le loro attività nel traffico mercantile o, in modo analogo, l'insieme delle operazioni delle attività commerciali.

È necessario verificare, tramite un certificato negativo, che la ragione sociale della vostra azienda sia unica e che non coincida con quella di nessun'altra azienda.

Una volta ottenuta la denominazione, recatevi in banca; presso la vostra banca di fiducia ma anche presso le istituzioni finanziarie.

Analizzate quale banca vi offre le condizioni più vantaggiose per aprire un conto a nome della vostra società. In tale conto dovrete depositare il capitale sociale, quello minimo o quello prescelto.

Questo certificato, dove compaiono i dati del socio o dei soci e i conferimenti effettuati, accredita il capitale sociale nella costituzione e che dovrete presentare davanti a un notaio o a un pubblico ufficiale.



Importante: Non dimenticate di richiedere il certificato di deposito, se la banca non lo rilascia come di consueto





Ricordate: La sezione relativa al quadro giuridico varia a seconda del Paese in cui si risiede. Questo serve come guida, ma solo per assicurarsi che sappiate come fare.

La cosa migliore da fare è ottenere informazioni e consigli dalle istituzioni ufficiali del vostro Paese.

Quadro giuridico &

passi necessari



- Scegliere **una forma giuridica**.
- Registrare la vostra attività nel **Registro dei marchi**.
- Scegliere **una banca** che offra vantaggi alla vostra attività.
- Non dimenticate di richiedere il **certificato di deposito**.



Unità 3

Domande di autocorrezione

Indica la risposta corretta

DOMANDA 1

Cosa determina la responsabilità della società di persone?

- a) L'investimento del capitale iniziale.
- b) Le sovvenzioni o i sussidi.
- c) Il numero di soci.
- d) **Il numero di soci insieme all'investimento del capitale iniziale.**

DOMANDA 2

- a) La cosa più importante è iniziare il prima possibile, il lavoro amministrativo e fiscale può essere fatto in seguito.
- b) La registrazione del marchio non è del tutto necessaria.
- c) Prima di iniziare l'attività, è opportuno effettuare la registrazione del marchio e predisporre un piano amministrativo.

DOMANDA 3

Quale documento non dovete dimenticare una volta formalizzato il contratto con la banca?

- a) La carta d'identità.
- b) **Il certificato di deposito.**
- c) Il documento che attesta la registrazione come imprenditore.
- d) Nessun documento specifico.

DOMANDA 4

Su cosa dovrete basare la vostra scelta del quadro giuridico?

- a) Sul consiglio del consulente fiscale di un familiare.
- b) Sulla mia intuizione.
- c) Dovrei sempre chiedere consiglio ai miei familiari più stretti.
- d) **Farei uno studio approfondito e, in caso di dubbio, mi rivolgerei a un professionista.**



UNITA'

1. Che cos'è l'imprenditorialità? Imprenditorialità nell'ambiente rurale.
2. Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità familiare.
3. Quadro giuridico e passi necessari.
4. **Come garantire la soddisfazione del cibo locale.**
5. Come garantire e misurare la qualità e il valore.
6. Come soddisfare le aspettative dei turisti.
7. Il cibo, la base della gastronomia
8. Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.
9. Conclusioni

UNITA' 4

Come garantire la soddisfazione del cibo locale

In questa unità svilupperemo il concetto di soddisfazione del cliente. Senza il cliente non è possibile avviare e sviluppare un'attività.

La persona con cui vogliamo stabilire un qualsiasi tipo di rapporto commerciale deve ricevere input positivi dalla nostra azienda in ogni momento, non solo quando avviene l'acquisto o il consumo. Prima di avere il primo contatto fisico, bisogna attirare la sua attenzione in modo che conosca il vostro prodotto e mostri interesse per esso. Poi, una volta effettuata la vendita, il contatto con il cliente deve essere costante (ma attenzione a non diventare noiosi) e dovete essere in grado di rispondere molto rapidamente, in modo che continui a fidarsi di voi e ripeta più volte l'atto di acquisto.





FLAVOURS
of EUROPE

UNIT 4

Come garantire
la soddisfazione del
cibo locale.

Le azioni per ottenere un cliente soddisfatto del vostro prodotto possono essere le seguenti:

- **Informare chiaramente:** Dovete essere trasparenti e informare attraverso i canali che ritenete più convenienti su ciò che state per vendere, a cosa serve il vostro prodotto, quali sono le caratteristiche e quale esigenza intende risolvere. Se si tratta di un ristorante, è molto semplice. Se si tratta di un ristorante, è molto semplice: se si vendono prodotti alimentari, è necessario specificare le proprietà di ciascuno di essi.
- **Dite sempre la verità:** Molte campagne pubblicitarie tendono a esagerare le virtù e le utilità di un prodotto o di un servizio. È una strategia assurda, perché ha credito solo a breve termine, dato che al primo acquisto il cliente si renderà conto che ciò che ha sentito è falso. Inoltre, a causa della mancata realizzazione delle aspettative create, il consumatore proverà sfiducia nei confronti vostri e del vostro prodotto. Questo sarà un disastro in futuro per tutte le novità che lancerete.
- **Mantenete i vostri rapporti amichevoli:** Il trattamento in tutti i casi deve essere professionale e cortese, ma è chiaro che non è lo stesso rivolgersi a una persona più giovane che a un pubblico più adulto con un grande potere d'acquisto. Pertanto, il trattamento deve sempre essere adattato a ciò che il consumatore si aspetta, quindi è necessario utilizzare il registro appropriato in ogni caso.



- **Risolvere qualsiasi dubbio o domanda in modo rapido, sicuro ed efficiente.** Sapete già che l'assistenza post-vendita è uno degli strumenti più importanti per fidelizzare i clienti. Qualsiasi reclamo o problema deve essere risolto rapidamente, in modo che la persona non abbia la sensazione di essere stata trascurata. "Come possiamo risolverlo?" dovrebbe essere la vostra frase più usata.
- **Adattare il prodotto ai suggerimenti sollevati.** Le preferenze dei consumatori possono variare nel tempo e l'azienda deve essere in grado di rilevare questi cambiamenti. Pertanto, è essenziale mantenere uno stretto contatto con il consumatore per individuarli.



Non dimenticate:
Le preferenze dei clienti
possono cambiare nel
tempo.






1. Quali sono le conseguenze della mancata soddisfazione del cliente?

Se la qualità del piatto, del prodotto finale o del trattamento non soddisfa il cliente, possono verificarsi le seguenti situazioni:

1. **Il cliente non ripete l'azione di acquisto.** Se il cliente non riceve il trattamento atteso o il prodotto non soddisfa le sue esigenze, non lo acquisterà di nuovo e andrà a ingrossare la lista dei clienti della concorrenza. Si tratta quindi di una fonte di guadagno in meno che può avere un impatto sui profitti.
2. **I clienti non apportano miglioramenti o suggerimenti sul prodotto.** Un cliente può continuare ad acquistare il prodotto perché soddisfa davvero le vostre aspettative o gli piace, ma se non viene trattato bene può rifiutarsi di fornire le informazioni che gli chiederete in seguito. Di conseguenza, non sarete al corrente dei cambiamenti nelle preferenze e non potrete reagire a eventuali cambiamenti.
3. **Il cliente agisce come un prescrittore negativo.** Molte aziende sono cresciute grazie alle raccomandazioni di clienti conosciuti che hanno generato catene di fiducia che hanno contribuito a consolidare l'attività. Al contrario, se il cliente non è soddisfatto, sconsiglierà qualsiasi rapporto con voi e perderete potenziali clienti.



Un cliente soddisfatto è la chiave del successo della vostra attività.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITA' 4
Come garantire
la soddisfazione del
cibo locale.

2. Quali sono i vantaggi per voi se un cliente è soddisfatto?

- **Aumento delle vendite:** più clienti, più vendite per l'azienda e maggiore probabilità di ottenere profitti più elevati.
- **Consolidare un reddito sicuro per l'azienda nel medio e lungo termine:** se il cliente è soddisfatto, ripeterà l'azione di acquisto in futuro e, quindi, l'azienda si assicura un numero minimo di vendite in un periodo di tempo significativo. Nell'ottica di fare previsioni sul futuro per intraprendere nuovi progetti, è un cuscinetto che dà sicurezza.
- **Che il cliente agisca come un prescrittore positivo:** il cliente soddisfatto consiglierà alle persone del suo ambiente con le stesse preferenze e necessità di acquistare il prodotto. Allo stesso modo, questo lo farà con un altro, e così via.
- **Rafforzamento dell'immagine di marca:** l'azienda riesce a consolidare un'immagine di marca che può essere molto utile in diversi termini. In primo luogo, per ottenere un legame con determinati valori. In secondo luogo, perché sarà più facile attirare l'attenzione del consumatore al momento del lancio di nuovi prodotti.
- **Maggiore predisposizione del mercato all'inserimento di nuovi prodotti:** i clienti saranno attenti a qualsiasi novità che riguardi l'azienda, soprattutto se questa ha intenzione di lanciare un nuovo prodotto sul mercato.

Lo sapevate che...?



La soddisfazione dei clienti è la chiave per garantire la loro fedeltà e il successo della vostra azienda. Quando i clienti sono soddisfatti del vostro prodotto, diventano fedeli, grandi sostenitori, acquirenti frequenti dei vostri prodotti e servizi e vogliono davvero che abbiate successo sul mercato.



Per garantire la fedeltà e la lealtà dei vostri clienti, dovete lavorare sulle seguenti strategie per migliorare la soddisfazione dei clienti.

A. Comprendere le aspettative dei clienti.

Non potete aspettarvi di servire e soddisfare i vostri clienti se non capite e non soddisfatte le loro aspettative. Se non ci riuscite, c'è uno scollamento tra le aspettative dei clienti e il vostro prodotto o servizio, quindi prendete provvedimenti per superarlo. Parlate con loro, inviate sondaggi e chiedete un feedback.

Agite in base al feedback ricevuto. Questo aumenterà la fedeltà dei clienti e li incoraggerà a fornire feedback in futuro.



B. Sperimentate voi stessi.

La prossima strategia per migliorare la soddisfazione dei clienti consiste nel valutare ogni punto del percorso del cliente come se fosse uno di loro. In altre parole: provate il prodotto, giocateci.

Ci sono diversi punti di contatto in cui i vostri clienti interagiscono prima, durante o dopo l'acquisto. Perché non vivere in prima persona questa esperienza? Iscrivetevi a una demo, vedete come funziona il processo, registrate un reclamo, inviatelo via e-mail e valutate i tempi di risposta. Sembra una sciocchezza, ma è importante.

Una volta che avrete appreso tutto questo in prima persona, saprete quali sono le aree da migliorare. Questo renderà i vostri processi e le vostre operazioni più efficienti, aumentando l'esperienza e la soddisfazione dei clienti.



C. Collegatevi con i vostri fornitori e, se ne avete uno, con il vostro team di vendita.

Spesso trascurato, ma è necessario interagire con il team di vendita su base regolare e in base alle necessità. Sono loro che sono a diretto contatto con i clienti e sanno quali sono i problemi. Utilizzate questi dati per correggere eventuali carenze nel percorso del cliente.

È inoltre importante avere fiducia e formare i venditori. Lasciate che partecipino al processo e risolvano con passione i problemi dei clienti. Questo garantirà il coinvolgimento dei dipendenti e ne ridurrà l'abbandono.



D. Trattare bene i clienti.

Una strategia per sostenere i clienti e garantirne la soddisfazione è trattarli bene. È necessario trattarli con rispetto, con la massima attenzione e impegno. Questo deve riflettersi in tutti i team e i processi.

Dovete immedesimarvi nei loro problemi. Se un cliente ritiene che il sito web non sia utile o sia difficile da navigare, è bene che abbia una chat dal vivo per ricevere il suo feedback. Tutte le organizzazioni incentrate sul cliente si sforzano di rendere i loro siti web facili da usare e visivamente accattivanti per renderli felici.





FLAVOURS
of **EUROPE**

UNITA' 4
Come garantire
la soddisfazione del
cibo locale.

E. Ridurre i tempi di attesa.

Tempi di attesa più elevati riducono significativamente gli indici di soddisfazione dei clienti. È quindi responsabilità del marchio includere tra le strategie per migliorare la soddisfazione la pianificazione e l'assunzione di personale di supporto. E questo può essere aiutato da un buon sito web e da un buon sistema di vendita elettronica, se si tratta di un prodotto. O un buon sistema di prenotazione, se si tratta di un ristorante.



Da tenere a mente:



Non si possono fornire scuse ai clienti per l'elevato volume di chiamate, la mancanza di personale, il periodo di ferie, ecc. È necessario anticipare queste situazioni e pianificarle.



F. Offrire assistenza multicanale.

Ci possono sempre essere dei piccoli problemi che i vostri clienti possono avere a causa della mancanza di informazioni. Se lo desiderate, potete fornire opuscoli, documenti e ogni tipo di materiale di supporto per risolvere i loro piccoli dubbi.



I vostri clienti apprezzeranno la comunicazione multicanale perché li aiuterà a ottenere soluzioni in tempi rapidi (social network, brochure, messaggi di posta elettronica...).



G. Ascoltate i vostri clienti.

L'ascolto dei clienti soddisfatti e insoddisfatti è un'altra strategia per migliorare la soddisfazione. Potete fare un semplice sondaggio alla fine di ogni acquisto o di ogni consumo. Tenete presente che: Se fate un sondaggio sui clienti ma non agite in base al loro feedback, non li renderete felici e non sarete efficienti.

**Da tenere
a mente:**



*Se fate un sondaggio sui clienti
ma non agite in base al loro
feedback, non li renderete felici
e non sarete efficienti.*



H. Costruire comunità online.

La creazione di comunità online è un ottimo modo per gestire il servizio clienti, le attività di marketing e rispondere a qualsiasi dubbio dei clienti. Ad esempio, se chiedete ai vostri clienti la loro e-mail o il loro cellulare, potete creare una mailing list via mail o Whatsapp con notizie e annunci interessanti. Potete anche fornire informazioni su uno stile di vita sano, sull'alimentazione e su alcuni componenti del cibo che vale la pena prendere in considerazione...

Le comunità sono un modo eccellente per raccogliere idee su nuovi alimenti, componenti, prodotti..., cioè per ottenere gli approfondimenti di cui avete bisogno.



I. Garantire la soddisfazione del team.

L'esperienza dei dipendenti e quella dei clienti sono collegate. È noto che i dipendenti impegnati contribuiscono a migliorare la soddisfazione dei clienti.

Cercate di premiare gli sforzi dei vostri fornitori, del vostro team, di coloro che vi aiutano in questi primi momenti in modo disinteressato... Valorizzateli, offrite loro un ottimo ambiente di lavoro e arricchite la loro esperienza; ricordate che anche la soddisfazione del cliente interno è importante.

I dirigenti d'azienda devono sviluppare la capacità di motivare il proprio team in modo che si senta soddisfatto e impegnato nel lavoro che svolge e lo svolga in modo eccellente con il massimo impegno; questo renderà l'azienda molto più competitiva e produttiva.

Uno dei vantaggi più rilevanti della motivazione al lavoro è l'impegno del team e la sua disponibilità a contribuire di più, a fornire prestazioni migliori e a raggiungere gli obiettivi individuali e di gruppo.



Oltre a quelli citati, ci sono altri importanti vantaggi per l'azienda quando l'intero team è motivato, come ad esempio i seguenti.

- Maggiore produttività, poiché i dipendenti svolgeranno meglio i loro compiti e contribuiranno al raggiungimento degli obiettivi.
- Riduzione del livello di assenteismo, poiché l'intero team si sente a proprio agio nella vita lavorativa.
- Miglioramento del livello di servizio al cliente grazie a un buon atteggiamento e alla soddisfazione lavorativa interna al team.
- Migliore reputazione come datore di lavoro, che vi permetterà di attrarre e trattenere i migliori talenti per la vostra azienda.
- Prestazioni aziendali più efficienti grazie all'ambiente collaborativo e alla proattività del team di lavoro.

La motivazione dei dipendenti è importante quanto la motivazione personale. Sarete l'esempio quotidiano per i vostri dipendenti e dovete capire che l'immagine che date, il modo in cui trattate i clienti e il vostro atteggiamento di fronte alle difficoltà o ai compiti quotidiani, saranno l'esempio da seguire per i lavoratori e i colleghi.



UNITA' 4

Come garantire la
soddisfazione del cibo
locale.

Unità 4

Domande di autocorrezione

Indica la risposta corretta

DOMANDA 1

Come deve essere una campagna pubblicitaria?

- a) Deve essere il più reale possibile e adattarsi alle qualità del prodotto.
- b) L'esagerazione nelle campagne pubblicitarie porterà a una maggiore fiducia dei consumatori.
- c) È necessario esagerare le virtù del prodotto o del servizio, in modo da aumentare le vendite nel lungo periodo.
- d) È necessario esagerare le virtù del prodotto o del servizio, per aumentare le vendite a breve termine.

DOMANDA 2

Indicate l'affermazione falsa.

- a) Il cliente ripete l'azione di acquisto.
- b) Il cliente agisce come un prescrittore negativo.
- c) I clienti non apportano miglioramenti o suggerimenti sul prodotto.
- d) Il cliente non ripete l'azione di acquisto.

DOMANDA 3

È importante per l'imprenditore testare il prodotto?

- a) No, il proprietario non è realistico con il suo prodotto.
- b) Sì, saprete quali sono le aree da migliorare. Questo renderà i processi e le operazioni più efficienti.
- c) No, sono sufficienti le testimonianze dei clienti.

- d) Deve essere testato da un utente non associato al prodotto.

DOMANDA 4

Motivazione al lavoro.

- a) Prestazioni inefficienti dell'azienda grazie all'ambiente collaborativo.
- b) Livello più alto di assenteismo perché l'intero team si sente a proprio agio con la propria vita personale.
- c) Se il team è motivato c'è meno produttività nei compiti.
- d) Si tratta dell'impegno del team e della sua disponibilità a contribuire di più, a fornire prestazioni migliori e a raggiungere gli obiettivi.

DOMANDA 5

Segnare l'affermazione corretta.

- a) Non è molto importante costruire comunità online.
- b) Tempi di attesa elevati aumentano significativamente le valutazioni dei clienti.
- c) Non offre assistenza multicanale.
- d) Ascolta i clienti.



UNITA'

1. Che cos'è l'imprenditorialità? Imprenditorialità nell'ambiente rurale.
2. Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità familiare.
3. Quadro giuridico e passi necessari.
4. Come garantire la soddisfazione del cibo locale.
5. Come garantire e misurare la qualità e il valore.
6. Come soddisfare le aspettative dei turisti
7. Il cibo, la base della gastronomia
8. Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.
9. Conclusione

UNITA' 5

Come garantire e misurare la qualità e il valore.

Nel vostro caso, il controllo di qualità degli alimenti è l'uso di parametri tecnologici, fisici, chimici, microbiologici, nutrizionali e sensoriali per garantire che un alimento sia sano e gustoso al fine di proteggere i consumatori, sia dalle frodi che dalla loro salute.

Se decidete di avviare una piccola impresa, ricordate che farete parte dell'industria alimentare e che quindi dovrete rispettare le regole di base per garantire la sicurezza dei vostri clienti. Manipolerete e conserverete alimenti freschi che saranno trasformati in piatti pronti da mangiare, che dovranno soddisfare non solo il bisogno di cibo dei vostri clienti, ma anche garantire un'esperienza memorabile che motiverà le visite future. È nelle vostre mani che i clienti influenzeranno altri commensali che ripeteranno il ciclo di riacquisto più volte e che garantiranno la redditività della vostra attività.



Domanda: *Come definiresti la qualità? Puoi fornire una definizione?*





FLAVOURS
of EUROPE

UNITA' 5
Come garantire e
misurare la qualità e il
valore.

1. Il concetto di qualità

Qualità significa fornire valore al cliente, e questo non è altro che offrire condizioni di utilizzo del prodotto o del servizio superiori a quelle che il cliente si aspetta di ricevere e a un prezzo accessibile. Alcuni esperti definiscono la qualità come: "Consegnare al cliente non quello che vuole, ma quello che non ha mai immaginato di volere e che, una volta ottenuto, si rende conto che era quello che ha sempre voluto".

È chiaro che per raggiungere questo livello di soddisfazione è necessario più di un tentativo, ed è qui che si inseriscono perfettamente i sistemi di gestione della qualità, la cui premessa si basa sul "mettere ordine" in modo che il risultato finale sia sempre lo stesso, minimizzando le perdite e aumentando la redditività senza sacrificare la soddisfazione del cliente.

Esistono diverse opzioni per applicare la "qualità" alle aziende di ristorazione e quella ideale è fondamentalmente quella che si adatta a ciascun modello. Poiché ogni ristorante o servizio di ristorazione ha una storia che lo precede, è necessario capire come è stata costruita la proposta di valore, per poi sviluppare un sistema che la valorizzi. Questa è la più grande area di opportunità per la creazione di sistemi di qualità, dal momento che la maggior parte degli stabilimenti non ha processi standardizzati e in alcuni casi i processi sono praticamente inesistenti. Se nell'industria alimentare la qualità è legata alla sicurezza, è probabile che nel settore della ristorazione questo sia il criterio da considerare quando si parla di gestione della qualità.

**Lo sapevate
che...?**



Uno studio condotto dall'Università dell'Ohio ha identificato i punti di controllo più importanti per mantenere la sicurezza alimentare e ridurre il numero di casi e focolai di malattie di origine alimentare: Praticare l'igiene personale, cucinare correttamente gli alimenti, evitare la contaminazione incrociata, mantenere gli alimenti alla giusta temperatura e rifiutare gli alimenti provenienti da fonti sconosciute.





UNITA' 5

Come garantire e
misurare la qualità e il
valore.

2. Qualità degli alimenti

Un tempo i consumatori consideravano gli alimenti di buona qualità quando erano privi di difetti e non adulterati. Negli ultimi anni, tuttavia, il concetto di qualità degli alimenti è cambiato. Oggi riteniamo che un alimento sia di buona qualità quando presenta determinati attributi desiderabili. Questi attributi possono essere sia estrinseci che intrinseci. Gli attributi estrinseci sono intangibili ma rimangono parte del prodotto alimentare, ad esempio l'impatto ambientale, il luogo di origine e il know-how tradizionale applicato nella sua produzione.

Attualmente, la nozione di qualità alimentare si basa su un concetto complesso, influenzato da un'ampia gamma di fattori. Le caratteristiche che contribuiscono alla qualità degli alimenti sono illustrate nella figura seguente.

Lo sapevate
che...?



Le caratteristiche della qualità degli alimenti sono: sicurezza, etica, estetica, funzionalità, convenienza, autenticità, sensorialità, nutrizione e origine.





UNIT 5

Come garantire e
misurare la qualità e il
valore.

La 24a Conferenza Regionale per l'Europa dell'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura (FAO) ha cercato di estendere la definizione generale di qualità, che si trova negli standard dell'Organizzazione Internazionale per la Standardizzazione (ISO), alla qualità degli alimenti*:

1. Storicamente, la qualità è stata intesa principalmente come assenza di difetti, frodi e adulterazioni.
2. Più recentemente, la qualità si basa su proprietà attese, come le caratteristiche nutrizionali o i benefici che ne derivano. Ciò introduce la necessità di tenere conto delle aspettative legittime degli utenti e di chiedere agli operatori di fare altrettanto.
3. Infine, la qualità designa le caratteristiche desiderabili che possono giustificare il valore aggiunto; ad esempio, le forme di produzione (agricoltura biologica, attenzione all'ambiente e al benessere degli animali), le zone di produzione (denominazione di origine) e le tradizioni ad esse associate.

La qualità degli alimenti ha una dimensione oggettiva, che è la caratteristica fisico-chimica misurabile di un prodotto alimentare, e una dimensione soggettiva, che è rappresentata dalle aspettative, dalle percezioni e dall'accettazione dei consumatori ("idoneità al consumo").



*Dimmi, cosa sai della
qualità degli alimenti?*



Le aspettative dei consumatori si basano su indizi di qualità (stimoli informativi) che sono intrinseci (ad esempio, dedurre la maturità della frutta dal suo colore) o estrinseci al prodotto (ad esempio, la pubblicità, l'immagine del marchio). Maggiore è la corrispondenza tra le aspettative dei consumatori prima dell'acquisto (qualità attesa) e l'esperienza di utilizzo dei prodotti (qualità sperimentata), maggiore è il livello di soddisfazione dei consumatori. È stato dimostrato che un'esperienza positiva con un marchio riduce il rischio di insoddisfazione e viene spesso utilizzata per dedurre la qualità del prodotto. Di conseguenza, i consumatori si fidano spesso di marchi noti come indicatori di qualità.

Le ricerche hanno dimostrato che i consumatori considerano il gusto e le altre caratteristiche sensoriali degli alimenti, la salute, la convenienza e il processo di produzione (ad esempio, biologico, benessere degli animali, ecc.) come i più importanti determinanti della qualità degli alimenti*. A questo proposito, le proprietà sensoriali (gusto, sapore, ecc.) sono state valutate dal 96% dei 30.000 intervistati in un sondaggio tedesco come la dimensione dominante della qualità degli alimenti, seguita dalla "sicurezza" (93%); la "freschezza" e l'"aspetto attraente" si sono classificati rispettivamente al terzo (92%) e al quarto posto (87%)*. Il rapporto "Special Eurobarometer 389" del 2012 ha dimostrato che la qualità, il prezzo e l'origine degli alimenti sono importanti per la maggior parte dei cittadini dell'UE, ma l'atteggiamento nei confronti dei marchi può variare in modo significativo. Inoltre, la relazione afferma che "le opinioni sull'importanza dei marchi variano molto di più tra gli Stati membri rispetto alla qualità, al prezzo e all'origine*". I risultati sono riassunti nella figura seguente, che mostra le priorità dei consumatori nell'acquisto di prodotti alimentari (sulla base dei dati dello Speciale Eurobarometro 389).



La qualità degli alimenti è stata considerata la ragione più importante per l'acquisto (96%), seguita dal prezzo (91%). È interessante notare che le informazioni sul marchio sono chiaramente meno importanti per gli acquirenti di prodotti alimentari; il 50% dei cittadini dell'UE ritiene che queste informazioni non siano importanti.

Qualità doppia degli alimenti

La qualità è una delle caratteristiche più apprezzate quando si sceglie quale alimento acquistare; tuttavia, la sua descrizione oggettiva è un compito molto impegnativo. La quantità e il tipo di ingredienti influenzano la qualità degli alimenti. In diversi Paesi dell'UE sono state espresse preoccupazioni per gli alimenti che vengono commercializzati con la stessa confezione e lo stesso marchio nel mercato nazionale, ma che differiscono dai prodotti venduti nei mercati vicini. Tale differenziazione può costituire una pratica commerciale sleale quando la differenza (doppia qualità) non viene adeguatamente comunicata al consumatore, anche se vengono rispettate le disposizioni della legislazione europea in materia di informazione dei consumatori.

La qualità è un aspetto importante per i consumatori quando acquistano prodotti alimentari. È altrettanto importante per i produttori quando negoziano il prezzo dei loro prodotti. Per questo motivo la Commissione europea protegge i prodotti alimentari con caratteristiche qualitative distintive attraverso i sistemi di qualità alimentare.

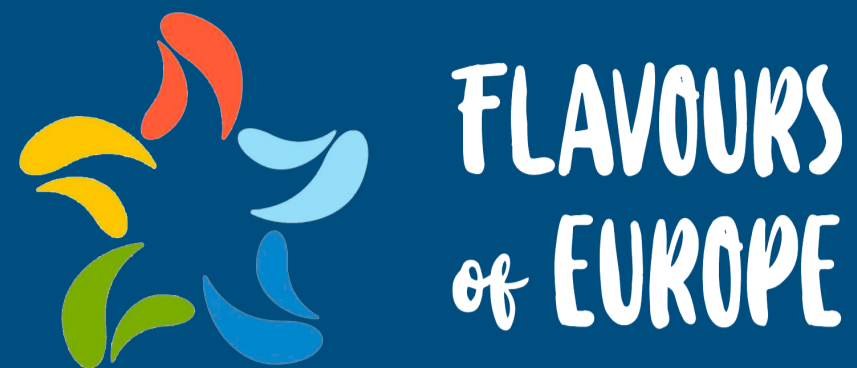


Lo sapevate
che...?



*Il 9% dei prodotti presentati
come uguali in tutta l'UE
aveva una composizione
diversa*





UNITA' 5
Come garantire e
misurare la qualità e il
valore.

Schemi di qualità alimentare dell'UE

I consumatori europei apprezzano alcuni prodotti alimentari per le loro qualità speciali, sia intrinseche che estrinseche. Per differenziare più facilmente questi prodotti, la Commissione europea li tutela attraverso i sistemi di qualità alimentare. A tal fine, stabilisce alcune regole su quali alimenti debbano essere protetti, su cosa debbano fare i produttori per far riconoscere i loro prodotti e su come comunicare ai consumatori la loro qualità distintiva. I produttori europei ed extraeuropei che desiderano che i loro prodotti siano tutelati da un sistema di qualità possono inviare una domanda all'autorità nazionale, che la inoltra alla Commissione europea, la quale verifica che il prodotto abbia i requisiti per essere incluso nel sistema. Per tutti i sistemi di qualità, le autorità nazionali competenti di ciascun Paese dell'UE sono responsabili di prevenire ed evitare l'uso improprio dei prodotti che utilizzano tale denominazione.

Tipi di schemi di qualità

Attualmente nell'UE esistono quattro sistemi di qualità alimentare. Esistono anche marchi di qualità nazionali e regionali che si applicano nei diversi Stati membri. I prodotti protetti dai sistemi di qualità, nazionali o comunitari, possono essere identificati dai loghi dei rispettivi sistemi, che appaiono sulla confezione.

Indicazioni geografiche

L'indicazione geografica è un modo per contrassegnare i prodotti che hanno determinate qualità o una buona reputazione grazie alla loro origine geografica e al know-how tradizionale applicato. All'interno dell'UE, due sistemi di qualità alimentare si occupano delle indicazioni geografiche.



Ti piacerebbe saperne di più sulla qualità degli alimenti?



a) Denominazione di origine protetta (DOP)



Affinché un prodotto alimentare sia considerato un prodotto DOP, la produzione, la trasformazione e la preparazione devono avvenire in un'area geografica specifica. Questa condizione comprende anche la materia prima utilizzata per la produzione, che deve provenire anch'essa da quella zona. Anche il know-how tradizionale degli abitanti della regione svolge un ruolo importante.

Un esempio di prodotto DOP è il "Brabantse Wal asperges", una varietà di asparagi bianchi della regione del Brabante, nei Paesi Bassi. Le acque sotterranee salate, il terreno sabbioso e il know-how degli agricoltori locali rendono gli asparagi speciali. Anche la geografia della regione del Brabante svolge un ruolo importante nella definizione delle caratteristiche del prodotto.



b) Indicazione geografica protetta (IGP)



La denominazione IGP è meno restrittiva. Almeno una delle fasi di produzione, trasformazione o preparazione deve avvenire in un'area geografica specifica. La materia prima utilizzata per la produzione può provenire da un'altra regione.

Un esempio di questo tipo di prodotto è la "Düsseldorfer Mostert", una pasta di senape pronta all'uso proveniente dalla città di Düsseldorf, in Germania. Viene preparata mescolando semi di senape marrone e gialla con acqua calcarea e minerale di Düsseldorf e aceto alcolico non filtrato prodotto a Düsseldorf. L'aceto, l'acqua e la tecnica di produzione collegano il prodotto a Düsseldorf, ma i semi di senape possono essere reperiti altrove.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITA' 5

Come garantire e
misurare la qualità e il
valore.

c) Specialità tradizionale garantita (STG)



Alcuni prodotti alimentari tradizionali con qualità speciali non sono legati a una regione specifica. Il sistema delle specialità tradizionali garantite protegge questi prodotti dalla contraffazione e dall'uso improprio.

Un esempio di STG è il prosciutto Serrano. Essendo protetto dal regime STG, i produttori europei devono rispettare il metodo di produzione tradizionale se vogliono produrlo. Non ci sono restrizioni sulla regione di produzione o sulla razza dei suini che possono essere utilizzati.

La registrazione dei prodotti alimentari e agricoli, dei vini, delle bevande spiritose e dei vini aromatizzati nell'ambito dei regimi DOP, IGP e STG è disponibile sul portale e-Ambrosia della Commissione europea.

LINKS OF
INTEREST



[Quality seals of
European Union](#)

[Regulations on
quality schemes.](#)



d) Alimenti biologici



Gli alimenti biologici sono quelli che sono stati certificati come coltivati con tecniche di agricoltura biologica. L'agricoltura biologica comporta la creazione di un sistema agricolo sostenibile. Non utilizza pesticidi sintetici o organismi geneticamente modificati. Gli agricoltori biologici si impegnano a mantenere la biodiversità, a utilizzare le risorse naturali in modo responsabile e a garantire che gli animali da allevamento siano ben curati. Possono essere biologici diversi tipi di alimenti, come frutta, verdura, cereali e carne. Il "biologico" è un attributo di qualità legato al processo di produzione. Pertanto, il sistema biologico è un sistema di qualità alimentare.



Dimmi, conoscevi questi sigilli? Ricordi qualche prodotto del tuo Paese con uno di essi?



Domande di autocorrezione

Indica la risposta corretta

DOMANDA 1

Che cos'è il concetto di qualità?

- a) La qualità degli alimenti ha una dimensione oggettiva, che è la caratteristica fisico-chimica misurabile di un prodotto alimentare, e una dimensione soggettiva, definita dalle aspettative, dalle percezioni e dall'accettazione dei consumatori ("idoneità al consumo").
- b) La qualità degli alimenti ha una dimensione soggettiva, definita dalle aspettative, dalle percezioni e dall'accettazione dei consumatori ("idoneità al consumo").
- c) La qualità degli alimenti ha una dimensione soggettiva inquadrata dalle aspettative dei consumatori.
- d) La qualità degli alimenti ha una dimensione oggettiva, definita dalle aspettative, dalle percezioni e dall'accettazione dei consumatori.

DOMANDA 2

Quanti tipi di marchi di qualità esistono attualmente nell'UE?

- a) 6
- b) 4
- c) 2
- d) 5

DOMANDA 3

Qual è l'acronimo di denominazione di origine protetta?

- a) OPD
- b) DOP
- c) DOP
- d) DPO

DOMANDA 4

Quali sono i marchi di qualità dell'Unione Europea?

- a) Indicazioni Geografiche Protette, Specialità Tradizionale Garantita, Alimenti Biologici e Alimenti Gourmet.
- b) Denominazione di origine protetta, indicazioni geografiche protette, specialità tradizionale garantita e alimenti biologici.
- c) Indicazioni geografiche protette, specialità tradizionali garantite, alimenti biologici e alimenti europei.
- d) Indicazioni geografiche protette, specialità tradizionali garantite, alimenti biologici e alimenti vegetariani.
- e) biologici e alimenti vegetariani.

DOMANDA 5

Quali sono i colori del marchio di qualità degli alimenti biologici?

- a) Giallo e blu.
- b) Blu, giallo e bianco.
- c) Rosso e giallo.
- d) Verde e bianco.



UNITA'

1. Che cos'è l'imprenditorialità? Imprenditorialità nell'ambiente rurale.
2. Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità familiare.
3. Quadro giuridico e passi necessari.
4. Come garantire la soddisfazione del cibo locale.
5. Come garantire e misurare la qualità e il valore.
6. **Come soddisfare le aspettative dei turisti.**
7. Il cibo, la base della gastronomia
8. Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.
9. Conclusioni

UNITA' 6

Come soddisfare le aspettative del turista.

Come si è visto nelle sezioni precedenti, chiamiamo aspettativa del cliente ciò che i clienti si aspettano da noi come marchio. L'aspettativa è intimamente legata alle esperienze che hanno avuto in precedenza con la nostra proposta, rispetto alla qualità del nostro prodotto e al servizio clienti che offriamo.

In ogni interazione che abbiamo con i clienti, noi come azienda avremo il compito (e l'opportunità) di rispondere alle aspettative di un prodotto e di soddisfare le esigenze del cliente, ma anche di superarle. Se siamo una piccola impresa, la nostra sfida è maggiore, poiché il 76% degli utenti si aspetta un servizio migliore dalle aziende più piccole.



1. Categorie per organizzare l'esperienza e le aspettative dei clienti

Per aiutarci a riflettere sul grado di aspettativa dei clienti, possiamo indicare tre categorie in cui è possibile organizzarli in base a come si sentono dopo l'esperienza di acquisto:

Cliente insoddisfatto: il cliente è insoddisfatto quando c'è una differenza tra le sue aspettative e l'esperienza di acquisto. In altre parole, quando ritiene di non aver ottenuto ciò che si aspettava. Secondo uno studio dell'Ufficio per i consumatori della Casa Bianca, quasi tutti i clienti insoddisfatti non si lamentano direttamente con l'azienda. Non solo, ma il 91% dichiara che non acquisterà mai più dal marchio che gli ha causato la cattiva esperienza.

Cliente indifferente: Se riusciamo a soddisfare le aspettative dei clienti e non offriamo un valore aggiunto o se il nostro servizio è appena sufficiente, i clienti possono rimanere indifferenti al nostro marchio. Anche se c'è la possibilità che acquistino di nuovo da noi, è probabile che non ci raccomandino.

Cliente soddisfatto: Se superiamo le loro aspettative, il cliente sarà felice. Non solo perché ha ottenuto il prodotto e il servizio che cercava, ma anche perché ha ricevuto qualcosa che non si aspettava e che è stato prezioso per la sua esperienza. Il 72% degli utenti racconta a più di 6 persone un'esperienza positiva con un marchio (ThinkJar). Ciò significa che è molto probabile che facciano di nuovo affari con noi e che diventino ambasciatori del marchio.





UNITA' 6

Come soddisfare le
aspettative del turista.

2. Quali fattori influenzano le aspettative dei clienti?

I fattori che influenzano le aspettative dei clienti sono molteplici, poiché ognuno di essi porta con sé una soggettività unica; tuttavia, possiamo elencare alcune delle qualità principali che dovremmo esaminare in modo approfondito:

- L'aspetto delle nostre strutture, le persone con cui interagiscono, i social network, la segnaletica, la cartellonistica, la presentazione dei nostri prodotti, ecc. sono elementi concreti che il cliente utilizzerà per farsi un preconcetto sulla nostra attività.
- La nostra accuratezza nel fornire il servizio richiesto e la nostra affidabilità sono punti importanti. Dobbiamo cercare di rispettare le linee guida proposte nel modo migliore, nel tempo e nella forma.
- La nostra reattività: quanto più velocemente rispondiamo alle preoccupazioni degli utenti, tanto più si sentiranno a loro agio, tanto più saranno ascoltati e tanto più capiranno di essere importanti per l'azienda.

Per i consumatori, le esperienze che hanno avuto con altri fornitori e il loro stato d'animo sono fattori molto influenti quando si tratta di avere delle aspettative. Non è possibile controllare le emozioni e le esperienze precedenti che gli utenti portano con sé, ma possiamo incanalarle in una buona esperienza. Uno degli strumenti che possono aiutarci in questo caso è l'ascolto attivo.

D'altra parte, l'esercizio dell'empatia sta diventando sempre più importante. Secondo New Voice Media, il motivo principale per cui i clienti cambiano fornitore di prodotti e servizi è perché non si sentono apprezzati dal marchio.



3. How to improve our sales

Per soddisfare e superare le aspettative dei clienti, può essere utile capire che queste variano anche in base al momento della vendita in cui ci troviamo. L'inizio di una vendita non è la stessa cosa di ciò che accade nel post-vendita.

Esistono tre momenti diversi:

Prima della vendita: Quando un cliente comunica con la vostra azienda, deve sentirsi accolto, sentire che è importante per essa. Potete fornire risposte rapide e concise, avere una conversazione empatica. Non offrite soluzioni magiche o esagerate le proprietà del vostro prodotto. Ditegli come lavorate, quali soluzioni potete offrire e in quali tempi. Comunicate e pianificate insieme a lui.

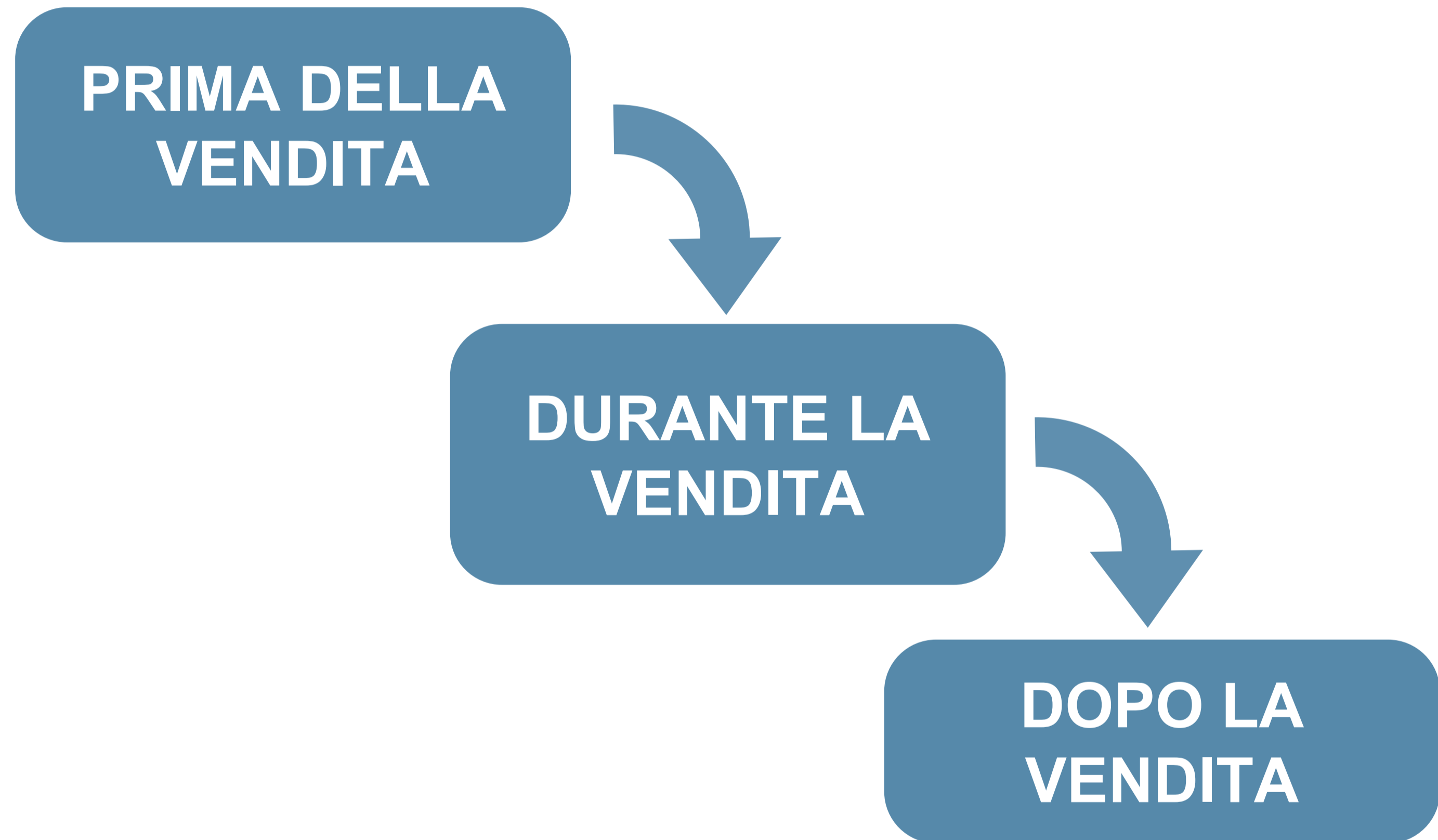
Durante la vendita: Mantenete le promesse fatte, offrite informazioni aggiuntive, ricordate che in questo momento il rapporto qualità/prezzo è molto importante. Un servizio clienti empatico aumenta la qualità dei vostri prodotti. Inoltre, secondo i dati di American Express, gli utenti sono disposti a spendere il 17% in più se ricevono un buon servizio clienti.

Dopo la vendita: Offrite informazioni aggiuntive per aiutare i clienti a trarre il massimo dal loro acquisto. Comunicate dopo l'acquisto per sapere come hanno interagito con il prodotto, chiedete come si sentono, ecc. Il feedback è un modo per crescere e allo stesso tempo fidelizzare i clienti. Secondo un rapporto di Dimension Data, l'84% delle aziende che si sono impegnate per migliorare l'esperienza dei clienti ha ottenuto maggiori ricavi.





MOMENTI CHIAVE DI UNA VENDITA



Fonte: Produzione propria



Immaginiamo che il cliente si lamenti di un prodotto che è nostro, ma che è stato confezionato da altri fornitori. Come possiamo superare le aspettative del cliente se ci sono variabili che non possiamo controllare? Attraverso la comunicazione attiva e la pianificazione.

Stabilire gli obiettivi di lavoro, essere specifici e dettagliati sul modo in cui lavoriamo per evitare qualsiasi malinteso e fornire la migliore attenzione fin dall'inizio del rapporto, ci metterà in una posizione migliore per quanto riguarda il cliente.



Secondo un rapporto di Lithium, quando i clienti contattano un marchio su Twitter, il 53% si aspetta una risposta entro un'ora. Se si tratta di un reclamo, la percentuale sale al 78%.



FLAVOURS
of EUROPE

UNITA' 6

Come soddisfare le
aspettative del cliente

CONSIGLI PRATICI PER MIGLIORARE LE NOSTRE VENDITE

1. Fate un piano. Visualizzate come si svolgerà il processo di vendita e cosa offrirete.
2. Mantenere un atteggiamento onesto. Affrontare le difficoltà che possono sorgere.
3. Stabilite degli obiettivi. Ricordateli in ogni occasione, in modo che entrambe le parti sappiano dove stanno andando.
4. Mostrargli come funziona l'azienda. Che visualizzino come questo può influire sulle loro aspettative.
5. Siate diretti. Proponetegli come potete aiutarlo e in che modo.

Esistono dieci principi fondamentali e universali del servizio clienti che dovrete mettere in pratica, poiché il grado di soddisfazione dei vostri clienti sarà determinato dalle vostre prestazioni in queste dieci aree:

PRINCIPI DEL SERVIZIO CLIENTI

- **Siate accessibili.** Una risposta lenta con lunghi tempi di attesa denota un atteggiamento di indifferenza nei confronti dei clienti. Al contrario, una risposta rapida con tempi di attesa brevi denota un atteggiamento di attenzione nei loro confronti.

Ciò significa assicurarsi sempre che i vostri rappresentanti facciano ciò che devono fare e quando devono farlo.

- **Trattate i clienti con cortesia.** Quando lavorate con i clienti, concentratevi sempre sulla situazione o sul problema, non sulla persona. Siate cortesi, perché i problemi che i clienti stanno cercando di risolvere possono non sembrare una cosa importante per voi, ma per il cliente significano molto.
- **La cortesia è il modo più visibile per trasmettere rispetto.** Un servizio clienti eccellente non può avvenire senza un'atmosfera amichevole. È indispensabile che ogni persona che serve un cliente capisca che la cortesia inizia con ogni cliente.
- **Ogni giorno decidiamo come sentirci.** Questo si traduce nell'atteggiamento che portiamo al lavoro. Se il vostro atteggiamento non è amichevole o non aiuta, avrete un impatto negativo su tutti i clienti che entreranno in contatto con voi. Se il vostro atteggiamento è disponibile e amichevole, avrete un impatto positivo.



- **Rispondere alle esigenze e ai desideri dei clienti. Tutto ciò che i clienti vogliono è che vi interessiate a loro e che comprendiate i loro problemi. Vogliono essere al centro della vostra attenzione in quel momento e vogliono che l'interazione con voi sia priva di problemi.**

Dovete sempre essere sensibili nel modo in cui vi rivolgete ai clienti e risolvete i loro problemi. I clienti si aspettano che li soddisfiate. Date loro ogni motivo per fidarsi di voi.

Ringraziateli sinceramente per aver scelto di fare affari con voi. Infine, rispettate le esigenze e i desideri dei clienti e correggete gli errori. Imparate ad anticipare le esigenze dei vostri clienti.

- **Fate ciò che il cliente vi chiede, in tempo. Assicuratevi di svolgere i compiti necessari per rispondere alle esigenze dei clienti in modo rapido ed efficiente. La rapidità con cui risolvete le richieste li impressionerà. I clienti devono sapere che li apprezzate. Se dimenticate di fare qualcosa che dovrete fare, non riuscirete a mantenere a lungo i vostri clienti.**



- **Avere dipendenti ben formati e competenti. Un'adeguata formazione dei dipendenti è la base del successo. Qualsiasi programma di formazione di successo consiste in corsi basati sul curriculum che insegnano le nozioni fondamentali, come i prodotti e i servizi offerti e le abilità di base del servizio clienti. Il modo in cui questi corsi vengono impartiti fa la differenza.**

Per assicurarvi che i dipendenti siano ben formati e informati, create un programma di formazione plug-and-play. Ma andate oltre le nozioni di base, spiegando anche la missione e i valori dell'azienda.

Inoltre, assicuratevi che la formazione sulle competenze del servizio clienti includa argomenti come la creazione di relazioni a lungo termine con i clienti e la comprensione della necessità di un approccio incentrato sul cliente. Questi argomenti daranno a ogni dipendente un senso migliore dello scopo quando si tratta di soddisfare i clienti.



- **Dite ai clienti cosa possono aspettarsi da voi. Una buona definizione delle aspettative determinerà il successo o il fallimento del vostro rapporto con ogni cliente. Se i clienti non hanno una chiara comprensione di ciò che stanno ricevendo, fallirete. Se fornite qualcosa che i clienti non vogliono o non si aspettavano, per quanto fantastico o veloce sia il vostro lavoro, molto probabilmente fallirete.**

Definire le aspettative non è difficile, ma richiede tempo. Non si possono fare supposizioni e bisogna essere trasparenti con i clienti su ciò che otterranno.

La definizione delle aspettative è un processo di comunicazione costante. La risoluzione può cambiare leggermente o si può trovare un modo migliore per fare qualcosa. Se il cambiamento è abbastanza significativo, assicuratevi di informare i clienti. Teneteli sempre informati.

- **Mantenere gli impegni.** Per qualsiasi motivo, i clienti si aspettano che facciate ciò che dite di fare e quando lo dite. Diventate famosi per mantenere la parola data.
- **Fare le cose per bene la prima volta.** Si tratta di assicurarsi che tutte le attività siano eseguite correttamente la prima volta e ogni volta successiva. Completare tutti i servizi correttamente al primo tentativo non è facile, ma può essere un modo efficace per attirare e mantenere i clienti.



- **Seguire il cliente.** Contattate il cliente dopo l'acquisto, la consegna del pasto o la risoluzione del problema per chiedergli cosa ne pensa e se è soddisfatto. Se sono rimasti soddisfatti dell'intero processo, potete cogliere l'occasione per chiedere loro di esprimere un giudizio sui vostri social network, sul vostro sito web, ecc. In caso contrario, cercate di sistemare le cose. Con un buon servizio clienti, si gettano le basi di un'attività di successo.
- **Essere una persona etica.** Le aspettative dei clienti dipendono da molti fattori e il loro processo di selezione di un prodotto può essere molto complesso. Uno dei fattori principali è la credibilità. I clienti vogliono sapere quanto siete affidabili e onesti come fornitori di servizi. Per soddisfare questo fattore critico, dovete sforzarvi di conoscere i clienti e le loro esigenze; ascoltare i clienti e tenerli informati in una lingua a loro comprensibile; possedere (o sviluppare) le competenze e le conoscenze necessarie per fornire il servizio promesso in modo affidabile e preciso; essere disposti ad aiutare i clienti e a fornire un servizio tempestivo; essere educati, rispettosi e cordiali.



Domande di autocorrezione

Indica la risposta corretta

DOMANDA 1

Indicare l'affermazione falsa.

- a) **Cliente completo.**
- b) Cliente insoddisfatto.
- c) Cliente indifferente.
- d) Cliente soddisfatto.

DOMANDA 2

I principali momenti di vendita.

- a) **Prima della vendita, Durante la vendita e Dopo la vendita.**
- b) Durante la vendita e dopo la vendita.
- c) Prima della vendita e dopo la vendita.
- d) Prima della vendita e durante la vendita.

DOMANDA 3

Indica quale non è un consiglio pratico per migliorare le vendite.

- a) Fare un piano.
- b) **Siate accessibili.**
- c) Mostrargli come funziona l'azienda.
- d) Siate diretti.

DOMANDA 4

Principi del servizio clienti.

- a) Non essere accessibili.
- b) Rispondere alle domande degli ex clienti.
- c) Fare ciò che il cliente chiede, fuori tempo massimo.
- d) **Dire ai clienti cosa possono aspettarsi da voi.**

DOMANDA 5

Le aspettative e le esigenze dei clienti sono legate a...

- a) Le loro esperienze passate.
- b) Giudizi precedenti sul vostro marchio.
- c) Le vostre esperienze attuali e i vostri giudizi sul vostro marchio.
- d) **Le loro esperienze passate e i giudizi precedenti sul vostro marchio.**



UNITA'

1. Che cos'è l'imprenditorialità? Imprenditorialità nell'ambiente rurale.
2. Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità familiare.
3. Quadro giuridico e passi necessari.
4. Come garantire la soddisfazione del cibo locale.
5. Come garantire e misurare la qualità e il valore.
6. Come soddisfare le aspettative dei turisti.
7. **Il cibo, la base della gastronomia**
8. Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.
9. Conclusioni

UNITA' 7

Il cibo, la base della gastronomia

Nell'industria alimentare, l'igiene è una delle armi fondamentali per garantire la qualità degli alimenti. Il consumatore ha diritto ad alimenti sicuri che non siano veicolo di malattie o intossicazioni alimentari.

Attualmente, il quadro giuridico di applicazione in relazione agli addetti alla manipolazione degli alimenti si basa su due regolamenti. Da un lato, il Regolamento (CE) 852/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 29 aprile 2004, sull'igiene dei prodotti alimentari (in particolare, il Capitolo VIII dell'Allegato II stabilisce le condizioni di igiene personale dei lavoratori e il Capitolo XII dello stesso Allegato II fa riferimento alla formazione che gli addetti alla manipolazione degli alimenti devono ricevere) e, dall'altro, il Regolamento (CE) 882/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 29 aprile 2004, relativo ai controlli ufficiali intesi a verificare la conformità alla normativa in materia di mangimi e di alimenti e alle norme sulla salute e sul benessere degli animali.

Altri controlli ufficiali includono: l'ispezione delle aziende alimentari e dei prodotti alimentari, necessaria per verificare le condizioni igieniche e valutare le procedure di buone pratiche di fabbricazione e manipolazione, al fine di garantire l'obiettivo di questo regolamento (prevenire, eliminare o ridurre a livelli accettabili qualsiasi rischio per la sicurezza alimentare).



Ricordate: Gli alimenti durante la produzione, il trasporto, la lavorazione e la manipolazione sono un importante veicolo di agenti in grado di causare malattie umane. Le buone pratiche iniziano con una formazione adeguata che permette di acquisire conoscenze che modificano la visione verso la corretta mentalità igienica per produrre alimenti senza rischi.



Alcune definizioni di interesse:

- **Alimento preparato:** preparazione culinaria risultante dalla preparazione cruda o cotta o precotta di uno o più alimenti di origine animale o vegetale, con o senza l'aggiunta di altre sostanze autorizzate e, se del caso, conditi. Può essere presentato confezionato o meno e pronto per il consumo, direttamente o dopo un ulteriore riscaldamento o trattamento culinario.
- **Alimenti pronti per il consumo trattati termicamente:** alimenti pronti per il consumo che, durante la loro preparazione, sono stati sottoposti nel loro insieme a un processo termico (aumento della temperatura) tale da poter essere consumati direttamente o con un leggero riscaldamento.
- **Stabilimento:** industria, locale o installazione permanente o temporanea in cui gli alimenti preparati sono preparati, manipolati, confezionati, immagazzinati, forniti, serviti o venduti, con o senza servizio all'interno, per il consumo.
- **Comunità:** gruppo di consumatori con caratteristiche simili che richiedono un servizio di ristorazione preparata, come scuole, aziende, ospedali, abitazioni e mezzi di trasporto.



1. Condizioni igieniche necessarie

Dal 1° febbraio 2002, con la pubblicazione del Regolamento CE n. 178/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio del 28 gennaio 2002, i Paesi membri dell'Unione Europea dispongono di un concetto giuridico comune per la designazione dei prodotti alimentari. Questo regolamento ha stabilito i principi e i requisiti della legislazione alimentare e ha creato l'Autorità alimentare europea.

È questo organismo, l'Autorità alimentare europea, che fornisce una definizione comune di alimento per tutti gli Stati membri, con i seguenti obiettivi:

- Garantire la sicurezza alimentare e la salute dei consumatori.
- Facilitare e garantire il funzionamento del mercato interno.
- Evitare condizioni di concorrenza diseguali.
- Eliminare l'incertezza giuridica, sia per i consumatori che per gli operatori economici.

Il regolamento estende quindi il concetto di alimento a tutte le sostanze, gli ingredienti, le materie prime, gli additivi e i nutrienti ingeriti dall'uomo attraverso il tratto gastrointestinale. La nuova definizione comune adottata include le bevande, le gomme da masticare e l'acqua, nonché qualsiasi sostanza incorporata volontariamente nell'alimento durante la sua fabbricazione, preparazione o trattamento, ad esempio additivi, grassi e vitamine, e i residui derivati dalla produzione e dalla lavorazione degli alimenti, come i residui di farmaci veterinari e pesticidi.

Tuttavia, **NON** sono considerati tali i mangimi per animali, le piante in pre-raccolta, i medicinali, i cosmetici, il tabacco e i prodotti del tabacco, le sostanze stupefacenti o psicotrope e gli animali vivi (tranne quelli preparati, confezionati e/o serviti per il consumo umano in quello Stato, come nel caso delle ostriche).

Lo sapevate
che...?



Qualsiasi sostanza o prodotto destinato o suscettibile di essere ingerito dall'uomo, sia esso lavorato o meno in toto o in parte, deve rispettare le misure igieniche.



1.1. Tipi di alimenti

Gli alimenti sono divisi in tre principali tipi:

- a) Che può causare o meno un effetto dannoso sulla salute del consumatore.
- Nocivi: Tutti gli alimenti che consumati possono provocare acutamente o cronicamente effetti nocivi sul consumatore.
 - Innocuo: Insieme di condizioni che un alimento o un processo soddisfa e che garantisce l'assenza di fattori in grado di produrre effetti nocivi per il consumatore.
- b) In base alle condizioni di conservazione:
- Alimenti deperibili (secondo il Codice alimentare spagnolo). Quelli che, per le loro caratteristiche, richiedono particolari condizioni di conservazione nei periodi di stoccaggio e trasporto. Si alterano rapidamente e devono essere consumati entro un breve periodo di tempo. Tra questi, purché non trasformati, vanno segnalati uova, latte, carne o pesce.
 - Alimenti semi-pericolosi (secondo il Codice alimentare spagnolo). Quelli che sono stati conservati o lavorati con diversi procedimenti che permettono loro di durare più a lungo in condizioni adeguate. Il congelamento, la disidratazione, la salatura, l'affumicatura, l'inscatolamento o l'uperizzazione (nel caso del latte) sono alcuni esempi di metodi o processi utilizzati.
 - Gli alimenti non deperibili sono quelli che non richiedono particolari condizioni di conservazione, ad esempio: legumi, cereali, frutta secca. Anche se non richiedono una conservazione a freddo, questi alimenti devono essere preservati dall'umidità e dalla sporcizia.



c) A causa della presenza di alterazioni o contaminazioni che lo rendono inadatto al consumo:

Alimenti alterati: Alimenti che, per cause naturali, fisiche, chimiche, biologiche o per trattamenti inadeguati, hanno subito un deterioramento delle caratteristiche organolettiche e del valore nutrizionale, rendendoli inadatti al consumo umano. Sono facilmente individuabili per il colore, l'odore, il sapore e/o l'aspetto. Le alterazioni più comuni che possono comparire negli alimenti sono dovute a diversi fattori quali:

- Freddo: può causare, ad esempio, la solidificazione dell'olio o del miele.
- Vento: può causare l'essiccazione degli alimenti.
- Calore: può causare la perdita di vitamine.
- Formazione di gas: può causare il rigonfiamento di barattoli o contenitori.
- Tempo: può causare l'ammorbidente o la putrefazione degli alimenti.
- Acidificazione di alcuni alimenti, come i latticini.

Alimenti deteriorati: sono quelli in cui si sono verificati invecchiamento, cambiamento di colore, ammaccature, rotture, contenitori mal chiusi e lesioni esterne all'imballaggio del prodotto confezionato. Questi deterioramenti possono causare una successiva contaminazione.

Alimenti contaminati: sono quelli che contengono germi patogeni, sostanze chimiche o radioattive, tossine, parassiti o qualsiasi corpo estraneo alla composizione dell'alimento, che permette la trasmissione di malattie all'uomo o agli animali. Anche se contengono componenti tossici naturali in concentrazioni superiori a quelle consentite.

Lo sapevate
che...?



L'alterazione degli alimenti può essere dovuta a fattori ambientali fisici, come la temperatura, la luce o l'aria, che modificano le caratteristiche dei prodotti. Un'altra possibilità è che, in determinate condizioni e a causa dei componenti stessi dell'alimento o del loro contatto con altri nell'ambiente, si inneschino reazioni chimiche che contribuiscono all'alterazione del prodotto.



1.2. Contaminazione degli alimenti: Come si può prevenire?

La contaminazione alimentare si verifica quando gli alimenti entrano in contatto con alcuni elementi o sostanze che li rendono pericolosi per il consumo.

In base alla loro natura, gli agenti contaminanti sono classificati in agenti fisici, chimici e biologici.

- **Contaminazione da agenti fisici:** sono costituiti da particelle e corpi estranei che raggiungono l'alimento, generalmente durante la manipolazione o il trasporto (particelle di vetro, legno, plastica, pezzi di ossa, piume, contenuto intestinale, resti organici (capelli, unghie, resti di cibo), o articoli di uso personale (orologi, anelli...).
- **Contaminazione da agenti chimici:** alcuni tossici di origine chimica possono essere naturalmente presenti negli alimenti; è il caso di alcune tossine vegetali e animali o di tossine presenti in alcuni funghi. Altri agenti chimici possono essere incorporati accidentalmente negli alimenti: additivi alimentari, erbicidi, pesticidi, tracce di farmaci, prodotti utilizzati per la pulizia e la disinfezione, prodotti utilizzati durante il funzionamento o la manutenzione di macchinari e attrezzature (oli, lubrificanti, ecc.).



Esistono quattro misure che possono aiutare a prevenire la proliferazione dei microrganismi negli alimenti:

MISURE PER PREVENIRE LA CONTAMINAZIONE DEGLI ALIMENTI

PULIZIA	PULL PART
<ul style="list-style-type: none"> • Lavarsi accuratamente le mani con acqua calda e sapone ogni volta che è necessario (prima di preparare gli alimenti, dopo aver usato i servizi igienici, dopo aver toccato alimenti crudi, animali, rifiuti o altri oggetti contaminati). • Lavare accuratamente tutte le superfici di lavoro e gli utensili (coltelli, pentole, padelle, frullatori...) con acqua calda e sapone dopo ogni utilizzo e prima di passare alla fase successiva. • Utilizzare taglieri in materiale non poroso e lavarli in lavastoviglie o con acqua calda e sapone dopo ogni utilizzo. • Utilizzare panni monouso per lavare e asciugare le superfici della cucina che vengono a contatto con gli alimenti. 	<p>È di vitale importanza separare correttamente gli alimenti pronti per il consumo dalle materie prime o dalle superfici di lavoro o dagli utensili che possono essere contaminati dalla presenza di microrganismi. A tal fine, si raccomanda di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durante tutte le fasi di manipolazione e conservazione degli alimenti crudi è necessario tenerli separati dagli altri prodotti preparati, collocandoli nella parte inferiore del frigorifero per evitare che i succhi che essi emanano contaminino gli altri alimenti. • Utilizzare taglieri, coltelli e utensili diversi per la manipolazione di alimenti crudi e prodotti pronti per il consumo e non appoggiare mai alimenti cotti su un contenitore che è stato a contatto con alimenti crudi senza averlo prima lavato. • Lavate sempre mani, taglieri, coltelli e altri utensili con acqua calda e sapone dopo che sono stati a contatto con alimenti crudi.
CUCINA	RAFFREDDARE E CONSERVARE
<p>Per ottenere l'eliminazione dei batteri presenti negli alimenti, è necessario cuocerli per un tempo adeguato e a una temperatura tale da raggiungere questo obiettivo. Ciò richiede:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Raggiungere una temperatura di cottura di almeno 65°C al centro del prodotto. • Se il prodotto viene riscaldato nel microonde, è necessario assicurarsi che non rimangano aree fredde e che il calore sia uniforme. • Se il cibo viene riscaldato è necessario raggiungere i 65°. 	<p>Le temperature di refrigerazione impediscono o rallentano la crescita dei microrganismi, quindi una volta cotti gli alimenti devono essere raffreddati il più rapidamente possibile:</p> <ul style="list-style-type: none"> • I cibi pronti devono essere refrigerati entro due ore dalla cottura. • Non scongelare gli alimenti a temperatura ambiente, ma refrigerarli. • Posizionare gli alimenti nella camera o nel frigorifero in modo da ottenere un flusso d'aria fredda tra di essi. • Controllare periodicamente il corretto funzionamento delle apparecchiature di refrigerazione.



2. Manipolazione degli alimenti

La sicurezza alimentare è l'insieme delle misure che garantiscono che gli alimenti che consumiamo siano sicuri e conservino le loro proprietà nutrizionali. Per garantire la sicurezza alimentare ed evitare le malattie di origine alimentare, è necessario conoscere e rispettare le norme igieniche lungo tutta la catena alimentare, con particolare attenzione alle fasi o ai processi che richiedono la manipolazione degli alimenti.

PROCESSI DI MANIPOLAZIONE DEGLI ALIMENTI

- Le produzioni primarie sono il primo anello della catena e forniscono la materia prima: agricoltura, allevamento, pesca e caccia.
- L'industria alimentare prepara e trasforma gli alimenti utilizzando queste materie prime.
- Negozi, supermercati e ipermercati o strutture simili sono responsabili della distribuzione e della vendita.
- L'ultimo anello della catena è rappresentato dai consumatori, che sono responsabili di una buona gestione.

Pertanto, seguendo tutte le fasi della catena alimentare, si può affermare che "gli addetti alla manipolazione degli alimenti sono tutte quelle persone che, a causa della loro attività lavorativa, hanno un contatto diretto con gli alimenti durante la loro preparazione, fabbricazione, trasformazione, preparazione, confezionamento, deposito, trasporto, distribuzione, vendita, fornitura e servizio".

Inoltre, sono considerati operatori a rischio elevato quelli le cui pratiche di manipolazione possono essere determinanti per la sicurezza alimentare; questo gruppo comprende gli operatori impegnati nella preparazione e nella manipolazione di alimenti preparati per la vendita, la fornitura e/o il servizio diretto al consumatore o alle collettività.



L'addetto alla manipolazione degli alimenti è un lavoratore che deve avere abitudini igieniche più severe rispetto agli altri lavoratori, a causa della grande responsabilità di creare alimenti sicuri. Pertanto, deve adottare un sistema di autocontrollo igienico nel proprio lavoro e conoscere il processo di preparazione e conservazione degli alimenti rispettando i requisiti culinari, sanitari e nutrizionali che consentono al cibo di arrivare al consumatore nelle migliori condizioni qualitative, evitando che in molti casi sia l'addetto alla manipolazione a intervenire come veicolo di trasmissione nella contaminazione degli alimenti, attraverso azioni scorrette e cattive pratiche igieniche.

2.1. Fasi del processo di manipolazione degli alimenti

Il processo di manipolazione degli alimenti si articola in diverse fasi, a partire dall'arrivo della merce presso la vostra struttura:

1. **Ricevimento materie prime:** Una fase di grande importanza nel processo di produzione e manipolazione degli alimenti che comprende il periodo di tempo che intercorre tra lo scarico degli ingredienti o delle materie prime e il loro corretto stoccaggio nei magazzini o nelle camere dell'industria. Nel caso di materie prime refrigerate o congelate, occorre verificare che la catena del freddo non sia stata interrotta durante il trasporto e che esse vengano stoccate rapidamente senza poggiare direttamente sul pavimento o su superfici che potrebbero essere contaminate. Se questi materiali arrivano in cattive condizioni o se la catena del freddo è stata interrotta, devono essere restituiti al fornitore. È necessario compilare un registro dei prodotti in arrivo, annotando almeno il giorno di arrivo, il fornitore, il lotto e la quantità. Nel caso di prodotti freddi, è necessario annotare anche la temperatura di arrivo.
2. **Conservazione:** La durata di conservazione è il tempo massimo in cui un alimento conserva tutte le sue proprietà organolettiche, nutrizionali e sanitarie. La conservazione, insieme a un corretto stoccaggio, mira ad aumentare la durata di conservazione degli alimenti.



L'applicazione del freddo e del calore sugli alimenti sono due dei principali metodi di conservazione, anche se ne esistono molti altri che diminuiscono la quantità di microrganismi presenti negli alimenti:

• **Applicazione del freddo.**

- Refrigerazione: Come abbiamo già detto, la refrigerazione consiste nel sottoporre gli alimenti a temperature comprese tra 0° e 5°C, che fanno sì che i microrganismi si moltiplichino più lentamente, ottenendo così una maggiore durata di conservazione.
- Congelamento: nel congelamento si sottopone l'alimento a temperature inferiori a -18°C. In questo modo i microrganismi muoiono ma la loro attività è totalmente paralizzata, consentendo la conservazione del prodotto per mesi.

• **Applicazione del calore.**

Le alte temperature sono le uniche in grado di distruggere i microrganismi. Esistono diversi modi per applicare il calore ai prodotti:

- Pastorizzazione: Consiste nel sottoporre gli alimenti a temperature prossime agli 80°C. Questa operazione distrugge molti microrganismi, ma non tutti, per cui è importante che dopo la pastorizzazione questi alimenti siano mantenuti in frigorifero in modo che i microrganismi sopravvissuti non proliferino. La durata di conservazione degli alimenti sottoposti a questo trattamento termico è bassa. Es: latte pastorizzato.
- Cottura: Gli alimenti vengono sottoposti a temperature di circa 100°C. Con questo metodo si elimina la maggior parte dei microrganismi, ma non le loro spore. Gli alimenti sottoposti a questo trattamento modificano le loro proprietà organolettiche.
- Sterilizzazione: Gli alimenti vengono sottoposti a temperature prossime ai 120°C, distruggendo così tutti i microrganismi presenti nell'alimento, comprese le loro spore.
- UHT (UHT) È un sistema in cui si applica una temperatura elevata per un tempo molto limitato, ma sufficiente a eliminare tutti i microrganismi e le loro spore, e a far sì che l'alimento risenta il meno possibile di questo trattamento termico. Es: latte UHT (possiamo conservarlo fuori dal frigorifero).





FLAVOURS
of EUROPE

UNITA' 7

Il cibo, la base della
gastronomia.

3. Stoccaggio: Le materie prime o i prodotti finiti devono essere conservati correttamente per evitare contaminazioni. A tal fine, è necessario soddisfare una serie di requisiti essenziali:
- Non lasciare gli alimenti a diretto contatto con il pavimento o le pareti.
 - Non conservare i prodotti alimentari insieme a prodotti che possono contaminarli, come prodotti per la pulizia, ecc. o conservare i prodotti freschi insieme a quelli finiti per evitare contaminazioni incrociate.
 - Non superare la capacità del magazzino o delle celle frigorifere, perché i prodotti non saranno raffreddati correttamente.
 - Assicurarsi che i prodotti che arrivano per primi in magazzino escano per primi, in modo che la rotazione dei prodotti sia adeguata ed evitare che scadano.
 - Controllare almeno una volta al giorno le temperature delle camere di stoccaggio e assicurarsi che vengano rispettati i limiti di temperatura appropriati (refrigerazione 0°- 5°C, congelamento -18°C).
 - Lasciare uno spazio sufficiente tra i prodotti per consentire la circolazione dell'aria.
 - Non lasciare gli alimenti adatti vicino alla zona dei rifiuti o dei ritorni.



Ricorda: A questo punto è molto importante definire la catena del freddo e la sua importanza negli alimenti. È necessario mantenere il freddo (refrigerazione o congelamento) a una temperatura adeguata lungo tutta la catena alimentare, cioè in tutte le fasi attraverso cui l'alimento passa fino a raggiungere il consumatore. Se questa temperatura non viene mantenuta, l'alimento può subire alterazioni che ne riducono la durata di conservazione e possono mettere in pericolo il consumatore.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITA' 7

Il cibo, la base della
gastronomia.

2.2. Igiene personale per gli addetti alla manipolazione degli alimenti

I comportamenti igienici sono quegli atteggiamenti puliti che devono essere ricordati e praticati in tutte le situazioni. Si riferiscono a quelle abitudini che rendono possibile una minore contaminazione delle materie prime grazie ad atteggiamenti corretti del lavoratore, alla pulizia e disinfezione delle strutture e dei macchinari, al controllo dell'acqua, dei parassiti e alla pulizia dell'industria. L'igiene deve essere rispettata in tutte le sue sfaccettature.

Tutti quei processi attraverso i quali la materia prima che costituisce l'alimento deve passare per diventare un prodotto pronto per essere utilizzato dal consumatore.

Normalmente si parla di manipolazione quando viene effettuata dall'operatore alimentare, ma, allo stesso modo, sono manipolazioni anche quelle azioni in cui viene trattata la carne, sia essa cotta, macinata o insaccata.

Le Buone Pratiche di Manipolazione sono tutte quelle azioni e decisioni che avvengono durante la lavorazione degli alimenti e che hanno un effetto positivo sul mantenimento degli alimenti in condizioni di salubrità. Queste azioni devono essere preservate e promosse. Insieme, costituiscono il manuale delle Buone Pratiche di Manipolazione degli Alimenti. Esse comprendono tutte quelle pratiche che, in modo preventivo, riducono i rischi per la salute, come la contaminazione da germi e sostanze nocive.

L'igiene alimentare è l'insieme delle misure necessarie a garantire la sicurezza e la salubrità dei prodotti alimentari. Queste misure coprono tutte le fasi della produzione, fino al punto di vendita al consumatore. Ciò significa che l'igiene deve presiedere a qualsiasi attività legata alla produzione e alla vendita di alimenti.





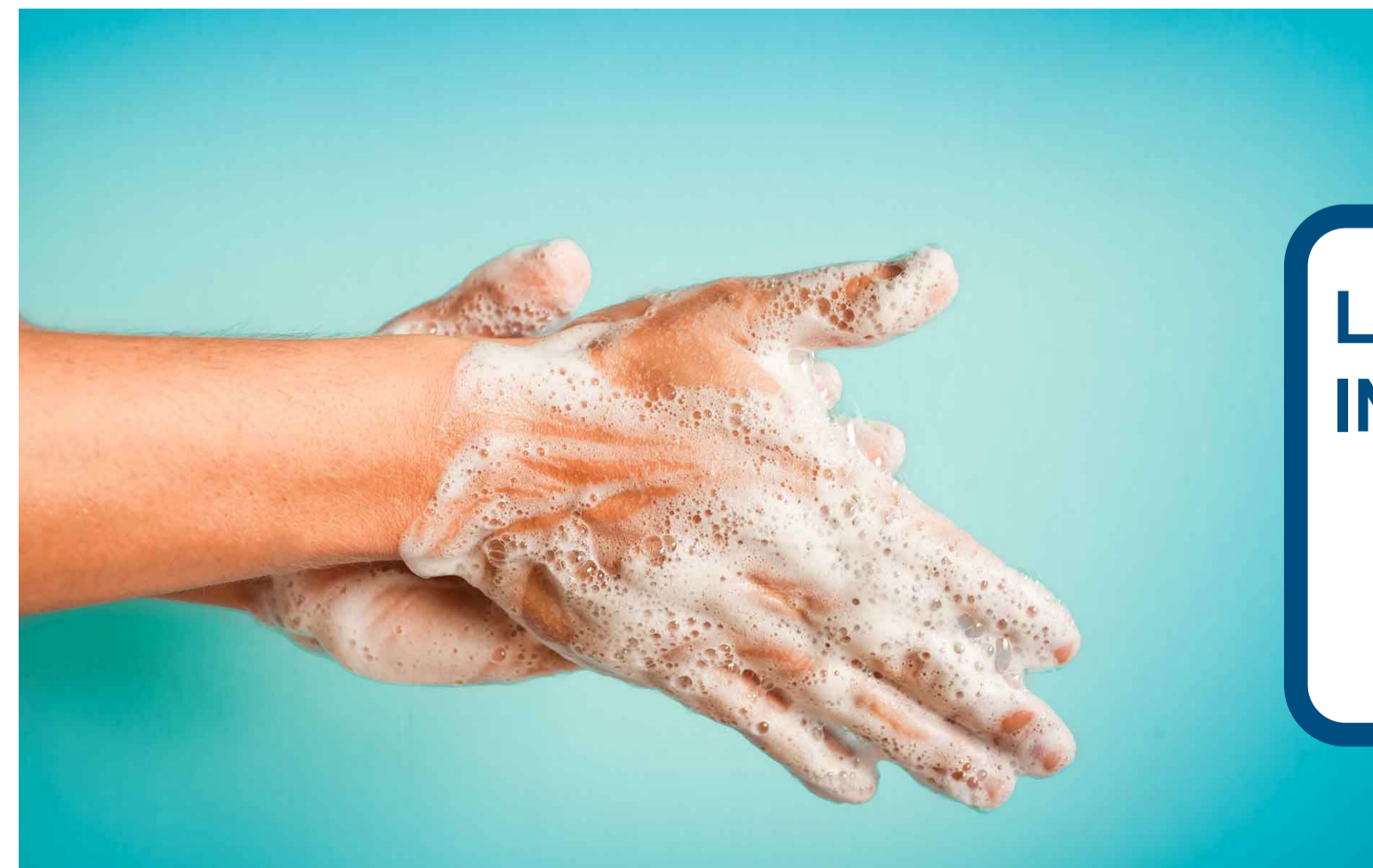
È necessario imporre misure adeguate e controlli efficaci per evitare la contaminazione.

Mani: sono il principale agente e veicolo di trasmissione dei batteri; le mani devono essere sempre il più possibile igieniche e le unghie devono essere tenute corte, pulite e non dipinte.

Fonti di contaminazione.

La principale contaminazione delle nostre mani da parte di microrganismi patogeni è causata essenzialmente da:

- Contaminazione fecale prodotta dopo l'uso della toilette o la manipolazione di rifiuti. In casa, inoltre, va inclusa la contaminazione prodotta dal cambio di pannolini o dal contatto con animali domestici o con le loro feci.
- Manipolazione di prodotti crudi, solitamente ad alta contaminazione superficiale, come carne, pollame, frutta e verdura.
- Contaminazione da contatto con oggetti comunemente usati da molte persone, come telefono, denaro, maniglie delle porte, ringhiere....
- Contaminazione con secrezioni prodotte da starnuti o tosse, o dal contatto con varie aree del corpo contaminate come bocca, naso o capelli.



LINK DI
INTERESSE



[Come lavare a mano?](#)

[Come pulire le mani?](#)





UNIT 7

Food, the basis of
gastronomy.

Il lavaggio delle mani è un gesto semplice, ma non sempre eseguito correttamente. Le norme per gli addetti alla manipolazione degli alimenti prevedono semplicemente l'uso di acqua calda e sapone o di un disinfettante adeguato. L'obiettivo è l'eliminazione del microbiota transitorio. Questo dipende in gran parte dalle caratteristiche individuali di ogni persona. Tuttavia, c'è un punto delle mani in cui si creano condizioni microambientali favorevoli al mantenimento e allo sviluppo dei microbi: intorno e sotto le unghie. Inoltre, nell'atto meccanico del lavaggio delle mani, spesso non vengono lavate a sufficienza alcune aree, come gli spazi interdigitali e il dorso delle mani.

Il lavaggio dipende anche dal tipo di contaminazione o dalla sua origine. Se la contaminazione è significativa, ad esempio dopo essere usciti dal bagno, la procedura di riduzione deve essere più aggressiva che in altre circostanze, e si può eseguire uno o due sfregamenti con una spazzola per unghie. L'uso di una spazzola per unghie ha un importante effetto meccanico per l'eliminazione del microbiota transitorio.

In ogni circostanza è essenziale utilizzare il sapone, sia che abbia un'attività battericida che non battericida. Se il lavaggio viene eseguito correttamente, non sarebbe necessario l'uso di saponi con disinfettanti, poiché, grazie all'azione meccanica, si possono ottenere importanti riduzioni dei microrganismi patogeni.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITA' 7

Il cibo, la base della
gastronomia.

È necessario imporre misure adeguate e controlli efficaci per evitare la contaminazione.

Capelli: l'operatore deve avere i capelli puliti in una retina o in un copricapo per evitare la contaminazione degli alimenti con i capelli o la forfora, poiché i capelli sono in continuo rinnovamento e raccolgono lo sporco dell'ambiente. È inoltre consigliabile non usare forcine per tenere cappelli o retine, perché potrebbero cadere negli alimenti e causarne la contaminazione fisica.

Occhi, naso e bocca: Il microrganismo *Staphylococcus aureus* causa intossicazioni alimentari ed è presente nel naso e nella bocca di circa il 50% della popolazione. Questi microrganismi si diffondono facilmente parlando, tossendo o starnutando, quindi è necessario evitare questi comportamenti quando si maneggiano gli alimenti.

Corpo: gli addetti alla manipolazione non devono avere capelli, barba incolta o mancanza di pulizia personale. È consigliabile fare la doccia ogni giorno e mantenere la pelle il più possibile pulita per evitare la presenza di unghie e di qualsiasi tipo di infezione che potrebbe essere pericolosa per gli alimenti e per il consumatore.

Abbigliamento: gli abiti da lavoro sono solo per il lavoro. Ogni giorno devono essere puliti e di colore chiaro. Nel caso di utilizzo di indumenti specifici come grembiuli, sistemi di protezione come guanti a rete o protezioni per gli avambracci, essi devono essere lavati tutte le volte che è necessario, in luoghi predisposti a questo scopo, come cabine o docce apposite.

- Se possibile, gli indumenti non devono avere tasche esterne e le chiusure devono evitare l'uso di bottoni.
- Gli abiti da lavoro devono essere lasciati esclusivamente negli armadietti, che saranno divisi in due parti per non mescolarli con gli abiti da strada.
- Gli stivali utilizzati per il lavoro devono essere lavati fuori dalle aree di lavoro. A questo scopo verrà assegnato un luogo, se possibile con macchine lava-stivali.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITA' 7

Il cibo, la base della
gastronomia.

L'uso di guanti di gomma per la manipolazione degli alimenti non è consigliabile, poiché i batteri possono colonizzare l'interno dei guanti. In alcune circostanze, è possibile utilizzare guanti monouso, anche se devono essere smaltiti immediatamente dopo l'uso.

Tagli e ferite: Le ferite o i tagli sulla pelle sono ambienti ideali per lo sviluppo dei batteri, quindi sarà necessario tenerli coperti con bende adeguate (garze, cerotti,...), a loro volta impermeabilizzate con guanti o ditali e sempre pulite.

Gioielli e oggetti personali: È consigliabile non indossare gioielli o oggetti personali (orologi, anelli, orecchini) durante la manipolazione degli alimenti, poiché oltre a essere luoghi in cui tende ad accumularsi lo sporco, possono causare problemi di contaminazione fisica se si staccano dagli alimenti.

Pertanto, l'addetto alla manipolazione degli alimenti è fondamentale per mantenere una corretta igiene e contribuisce con le sue abitudini all'immissione sul mercato di alimenti sicuri, innocui e di qualità. Le abitudini più importanti che dovrebbe rispettare sono:

- Mantenere puliti e ordinati la postazione di lavoro, gli strumenti e le attrezzature.
- In caso di malattie (vomito, diarrea, raffreddore) è necessario informare il proprio responsabile.
- Mantenere una corretta igiene personale.
- Rispettare le norme igieniche in termini di abbigliamento e pulizia personale.
- Evitare abitudini che possano portare alla contaminazione degli alimenti. Pertanto, non devono tossire o starnutire, parlare, mangiare, masticare gomme, fumare, grattarsi i capelli o il naso, o indossare gioielli o creme che possano trasmettere odori o sapori al cibo.



3. Requisiti igienico-sanitari delle strutture

3.1. Requisiti generali per i locali utilizzati per i prodotti alimentari (diversi da quelli ambulanti o temporanei).

Secondo il Regolamento n. 852/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio:

1. I locali destinati ai prodotti alimentari devono essere mantenuti puliti e in buono stato di manutenzione.
2. La disposizione, la progettazione, la costruzione, l'ubicazione e le dimensioni dei locali destinati agli alimenti devono.
 - a) Permettere un'adeguata manutenzione, pulizia e/o disinfezione, prevenire o ridurre al minimo la contaminazione atmosferica e fornire uno spazio di lavoro sufficiente per consentire lo svolgimento igienico di tutte le operazioni.
 - b) Impedire l'accumulo di sporcizia, il contatto con materiali tossici, il deposito di particelle sui prodotti alimentari e la formazione di condensa o muffa indesiderata sulle superfici.
 - c) consentire buone pratiche di igiene alimentare, compresa la protezione contro la contaminazione, in particolare la lotta contro i parassiti.
 - d) ove necessario, fornire condizioni di manipolazione e stoccaggio a temperatura controllata e una capacità sufficiente per mantenere gli alimenti a una temperatura adeguata che possa essere controllata e, se necessario, registrata.

LINK DI
INTERESSE [Regolamento n. 852/2004
del Parlamento europeo](#)



3. Deve esserci un numero sufficiente di lavabi, adeguatamente posizionati e destinati alla pulizia delle mani. I lavandini per il lavaggio delle mani devono essere dotati di acqua corrente calda e fredda e di attrezzature igieniche per la pulizia e l'asciugatura delle mani. Se necessario, le strutture per il lavaggio degli alimenti devono essere separate da quelle per il lavaggio delle mani.
4. Devono essere previsti mezzi di ventilazione meccanica o naturale adeguati e sufficienti. Devono essere evitate le correnti d'aria meccaniche dalle aree contaminate alle aree pulite. I sistemi di ventilazione devono essere costruiti in modo che i filtri e le altre parti da pulire o sostituire siano facilmente accessibili.
5. Tutti i servizi igienici devono avere una sufficiente ventilazione naturale o meccanica.
6. I locali destinati agli alimenti devono disporre di un'adeguata illuminazione naturale o artificiale.
7. I sistemi di smaltimento delle acque reflue devono essere sufficienti a soddisfare lo scopo previsto e progettati e costruiti in modo da evitare qualsiasi rischio di contaminazione. Se i canali di drenaggio sono completamente o parzialmente aperti, devono essere progettati in modo da garantire che i rifiuti non passino da un'area contaminata a un'area pulita, in particolare a un'area in cui vengono manipolati alimenti che possono presentare un rischio elevato per il consumatore finale.
8. Ove necessario, devono essere previsti adeguati spogliatoi per il personale.
9. I prodotti per la pulizia e la disinfezione non devono essere conservati nelle aree in cui vengono manipolati gli alimenti.



3.2. Requisiti specifici per i locali in cui i prodotti alimentari vengono preparati, trattati o trasformati (escluse le mense e i locali mobili).

1. La progettazione e la disposizione dei locali in cui i prodotti alimentari sono preparati, trattati o trasformati (escluse le mense e i locali mobili, ma compresi gli spazi contenuti nei mezzi di trasporto) devono consentire buone pratiche di igiene alimentare, compresa la protezione dalla contaminazione tra e durante le operazioni. In particolare:
 - a) Le superfici dei pavimenti devono essere mantenute in buone condizioni e facili da pulire e disinfettare. Ciò richiede l'uso di materiali impermeabili, non assorbenti, lavabili e non tossici, a meno che gli operatori del settore alimentare non dimostrino all'autorità competente l'idoneità di altri materiali utilizzati. Ove opportuno, i pavimenti devono consentire un drenaggio sufficiente.
 - b) Le superfici delle pareti devono essere mantenute in buone condizioni e facili da pulire e, se necessario, da disinfettare. Ciò richiede l'uso di materiali impermeabili, non assorbenti, lavabili e non tossici; la loro superficie deve essere liscia a un'altezza adeguata alle operazioni da svolgere.
 - c) I soffitti (o, in assenza di soffitti, la superficie interna del tetto), i controsoffitti e le altre installazioni sospese devono essere costruiti e lavorati in modo da evitare l'accumulo di sporcizia e ridurre la condensa, la formazione di muffe indesiderate e lo spargimento di particelle.
 - d) Le finestre e le altre aperture apribili devono essere costruite in modo da evitare l'accumulo di sporcizia e quelle che possono comunicare con l'esterno devono essere dotate, se necessario, di zanzariere facilmente rimovibili per la pulizia. Se l'apertura delle finestre può causare contaminazione, queste devono rimanere chiuse con un lucchetto durante la produzione.
 - e) Le porte devono essere facili da pulire e, se necessario, da disinfettare, richiedendo superfici lisce e non assorbenti.
 - f) le superfici (comprese le attrezzature) nelle aree di manipolazione degli alimenti, in particolare quelle a contatto con gli alimenti, devono essere mantenute in buone condizioni e facili da pulire e, se necessario, da disinfettare, richiedendo materiali lisci, lavabili, resistenti alla corrosione e non tossici.





2. Ove necessario, devono essere previste strutture adeguate per la pulizia, la disinfezione e lo stoccaggio delle attrezzature e degli utensili di lavoro. Tali strutture devono essere costruite con materiali resistenti alla corrosione, facili da pulire e dotate di un'adeguata fornitura di acqua calda e fredda.

3. Ove necessario, devono essere previste disposizioni adeguate per il lavaggio dei prodotti alimentari. Tutti i lavelli o strutture analoghe per il lavaggio degli alimenti devono avere un'adeguata fornitura di acqua potabile calda e/o fredda e devono essere mantenuti puliti e, se necessario, disinfettati.

3.3. Requisiti delle apparecchiature e delle strutture

Tutti gli articoli, gli impianti e le attrezzature a contatto con gli alimenti:

- Devono essere puliti a fondo e, se necessario, disinfettati. La pulizia e la disinfezione devono essere effettuate con la frequenza necessaria per evitare qualsiasi rischio di contaminazione.
- La loro costruzione, la loro composizione e il loro stato di riparazione e manutenzione devono ridurre al minimo il rischio di contaminazione e consentire una pulizia accurata e, se necessario, una disinfezione.
- La loro installazione deve consentire un'adeguata pulizia dell'apparecchiatura e dell'area circostante.

Se necessario, le apparecchiature devono essere dotate di tutti i dispositivi di controllo appropriati per garantire la conformità agli obiettivi del presente regolamento.

**Lo sapevate
che...?**



Se per prevenire la corrosione delle attrezzature e dei contenitori è necessario utilizzare additivi chimici, ciò deve avvenire nel rispetto delle buone pratiche per evitare la trasmissione di sostanze tossiche, odori e sapori agli alimenti.



3.4. Pulizia e disinfezione delle strutture

Determiniamo innanzitutto alcuni concetti.

Pulizia: Eliminazione dello sporco e dei residui organici mediante acqua e detergenti. Questo riduce alcuni microrganismi, ma rimuove soprattutto il grasso e i residui visibili. Si effettua con detergenti e nella scelta è importante tenere conto del materiale dell'articolo o della superficie da pulire e della natura dello sporco da rimuovere. La temperatura dell'acqua consigliata è di 40° C.

Inoltre, i prodotti devono essere conservati in contenitori originali chiusi e ben etichettati, in luoghi esclusivi e lontani dalle aree di stoccaggio e lavorazione dei prodotti.

Disinfezione: Consiste nell'eliminare i batteri che non possiamo vedere. Si esegue sempre dopo la pulizia. Si devono usare solo disinfettanti debitamente autorizzati. Dopo una corretta disinfezione, la maggior parte dei microrganismi presenti sulle superfici viene eliminata, ma non le loro forme resistenti o le spore. A questo scopo si utilizzano disinfettanti chimici che hanno un'azione letale sui microbi. Esiste un'ampia gamma di disinfettanti e la loro scelta dipende da:

- Caratteristiche dei materiali da disinfettare.
- Germi da eliminare.
- Concentrazione del disinfettante: l'aggiunta di una concentrazione superiore a quella indicata nella scheda tecnica del prodotto non produrrà una maggiore disinfezione, mentre una concentrazione inferiore a quella raccomandata non ucciderà tutti i germi e potrà portare alla comparsa di resistenze. Per evitare quest'ultima eventualità, è consigliabile ruotare i disinfettanti.
- Tempo di azione: è fondamentale rispettare quanto indicato nella scheda tecnica.
- Temperatura dell'acqua: se si utilizzano composti clorurati, la temperatura consigliata è di 10° C.
- pH della soluzione.



In tutti gli stabilimenti in cui si manipolano alimenti, deve esistere un piano di pulizia e disinfezione che definisca chiaramente la frequenza della pulizia e della disinfezione, gli strumenti o le superfici da sottoporre a questi processi, la natura delle sostanze da eliminare, il dosaggio del prodotto da utilizzare, le modalità di esecuzione di queste operazioni (manuali o meccaniche) e la persona responsabile.

La pulizia delle superfici e degli utensili che vengono a contatto con gli alimenti e con l'ambiente ha lo scopo di ridurre o prevenire il rischio di contaminazione microbiologica o fisica e di consentire e facilitare la disinfezione.

Per raggiungere questi obiettivi è necessario eseguire una serie di fasi:

1. Pre-pulizia: eliminazione dello sporco visibile, dei resti di cibo, dei rifiuti e del grasso; di solito viene effettuata a secco (spazzole e pale) per non spargere lo sporco, se si effettua una pulizia a umido è consigliabile utilizzare acqua fredda.
2. Prelavaggio: proiezione di acqua a bassa pressione per eliminare i resti sulle attrezzature; la temperatura dell'acqua deve essere superiore a 35-40°C per solubilizzare i grassi e inferiore a 60°C per evitare la coagulazione delle proteine.
3. Pulizia: consiste nell'applicazione di un detergente per rimuovere lo sporco residuo. È conveniente eseguire un'azione meccanica aggiuntiva, come la spazzolatura, per rimuovere lo sporco.
4. Risciacquo: consiste nella rimozione del detergente e delle sostanze disciolte
5. per mezzo di acqua in pressione. La forma del getto d'acqua e la sua inclinazione rispetto alla superficie sono importanti per ottenere un buon effetto senza proiettare residui nell'ambiente.
6. Disinfezione: applicare il disinfettante secondo le istruzioni del produttore.
7. Risciacquo finale: deve essere abbondante e con acqua calda o fredda a seconda del disinfettante utilizzato (calda se si tratta di un composto clorurato).
8. Asciugatura: l'acqua viene eliminata scolando o utilizzando aria secca o panni igienici. Molti microrganismi a rischio sono molto sensibili alle condizioni ambientali e vengono distrutti dall'asciugatura. Questa fase è importante per evitare la presenza di condizioni che favoriscono la ricontaminazione e per evitare la formazione di biofilm.



I programmi di pulizia e disinfezione devono garantire la sanificazione di tutte le parti della struttura (comprese le attrezzature di pulizia).

L'idoneità e l'efficacia dei prodotti utilizzati e dei relativi programmi devono essere costantemente ed efficacemente monitorati e, se necessario, documentati.

I programmi devono essere redatti per iscritto e la loro preparazione deve tenere conto e, quindi, specificare:

- a) Prodotto da lavorare.
- b) Superfici, elementi delle attrezzature, utensili e strutture da pulire.
- c) Metodo di pulizia.
- d) Temperatura, pressione e potabilità dell'acqua.
- e) Conoscenza dei punti critici.
- f) Mezzi disponibili: personale, orari, sistemi, attrezzature, ecc.
- g) Prodotti da utilizzare: forma di applicazione, dosaggio, tempo di azione, ecc.
- h) Frequenza.
- i) È importante avere un archivio delle schede tecniche dei prodotti.
- j) Registri o schede di controllo dei lavori di pulizia e disinfezione.
- k) Sistema di monitoraggio utilizzato: ispezioni periodiche e, se possibile, l'uso di test microbiologici.



In tutte le fasi della catena alimentare, ci sono molti residui e prodotti di scarto che hanno origine e devono essere eliminati. Possono causare odori o essere una fonte attiva di contaminazione microbica degli alimenti.

Gli scarti dei prodotti alimentari, i sottoprodotti non commestibili e altri residui devono:

- essere rimossi il più rapidamente possibile dai locali in cui sono depositati gli alimenti per evitarne l'accumulo, eliminandoli in modo igienico e senza danneggiare l'ambiente (separazione dei rifiuti nei diversi contenitori: oli usati, carta e cartone, plastica e imballaggi, vetro e materia organica).
- essere depositati in contenitori richiudibili. Questi contenitori devono essere costruiti in modo da impedire l'accesso ai rifiuti da parte di parassiti, essere in buone condizioni e facili da pulire e disinfettare.
- Devono essere previste disposizioni adeguate per il loro stoccaggio e smaltimento. Le vasche dei rifiuti devono essere progettate e trattate in modo da poter essere mantenute pulite e libere da animali e organismi nocivi.



Disinfestazione

Nella manipolazione degli alimenti si parla di parassiti per la presenza di animali che vivono negli o sugli alimenti e che a contatto con essi producono un'alterazione o una contaminazione degli stessi. Questi animali sono distruttivi e causano problemi sanitari, economici e lavorativi.

I principali parassiti dell'industria alimentare sono:

- Roditori: ratti e topi.
- Insetti: scarafaggi, formiche, mosche, vespe, coleotteri, tonchi, acari.
- Uccelli.

È necessario attuare un programma efficace e continuo di eradicazione di insetti, uccelli, roditori e altri parassiti. Le strutture e le aree circostanti devono essere ispezionate periodicamente per garantire l'assenza di infestazioni.



Dobbiamo stabilire un piano di disinfezione e disinfestazione dei ratti in cui siano indicate per iscritto le seguenti sezioni:

- a) Aree da trattare: (indicare ogni singolo locale e area).
- b) Trattamenti: (Indicare la metodologia).
 - Metodo di applicazione.
 - Possibili rischi di contaminazione degli alimenti.
 - Possibili rischi per le persone.
 - Misure di sicurezza da adottare durante l'applicazione.
- c) Prodotti utilizzati. È necessario indicare quanto segue:
 - Utilità (insetticida, disinfettante, rodenticida).
 - Nome commerciale.
 - Composizione (materiale attivo dei prodotti).
 - Produttore e numero di registrazione.
 - Dosaggio e periodo di sicurezza.
 - Agente nocivo da controllare.
- d) Data di inizio e inizio della campagna.
- e) Dati dell'applicatore e codice della tessera.

Se il programma di disinfestazione e derattizzazione viene eseguito dalla nostra azienda, tutte le informazioni di cui sopra devono essere registrate per iscritto.

**Lo sapevi
che...?**



Se questo programma viene svolto da un'azienda autorizzata, dopo ogni applicazione l'azienda rilascerà un certificato di garanzia in cui saranno riportati anche tutti i dati sopra citati.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITA' 7
Il cibo, la base della
gastronomia.

Nel caso in cui un parassita invada gli stabilimenti o le aree circostanti, è necessario adottare misure di eradicazione. Le misure di controllo che prevedono il trattamento con agenti chimici, fisici o biologici devono essere eseguite solo sotto la diretta supervisione di personale che abbia una conoscenza approfondita dei rischi per la salute associati all'uso di tali agenti, in particolare dei rischi che possono derivare dai residui trattenuti nel prodotto.

I parassiti sono controllati da:

- Adozione di misure fisiche preventive: hanno lo scopo di impedire la penetrazione, la diffusione e la proliferazione.
- Applicazione di metodi per distruggere i parassiti esistenti.
- Misure fisiche preventive.
- Sigillatura ed ermeticità di fori e cavità nelle strutture, particolare attenzione ai vani degli ascensori e dei montacarichi, isolamento di tubature e scarichi.
- Posizionare protezioni sui coperchi delle griglie e sugli scarichi, zanzariere alle finestre.
- Evitare le fonti di attrazione, evitando l'accumulo di materiali di scarto intorno al macello.
- Stoccaggio adeguato, isolare i prodotti dal pavimento. È consigliabile lasciare un corridoio intorno alle pareti e non depositare gli alimenti accanto ad esse.
- Mantenere una netta separazione tra aree pulite e sporche.
- Pulizia:
 - a) Proteggere i rifiuti con contenitori dotati di coperchio e collocare i rifiuti lontano dagli alimenti.
 - b) Igiene delle strutture.





In termini di controllo dei roditori, i mezzi di controllo possono essere:

- a) ha risultati limitati e casuali, quindi il suo uso non è raccomandato. Tra questi vi sono gli ultrasuoni, i campi magnetici, ecc.
- b) i più utilizzati sono la colla vegetale e le trappole.
- c) sono i più utilizzati nel settore. Hanno diverse forme di presentazione: polvere, granuli, pasta, blocco, ecc. Occorre indicare su una planimetria dove sono stati collocati e registrare le caratteristiche dei prodotti, la frequenza di rifornimento, se sono stati ingeriti, ecc.

Il programma di disinfestazione deve indicare chi è responsabile della collocazione dei prodotti, le modalità di utilizzo, ecc. Per quanto concerne la disinfestazione, i mezzi di controllo possono essere:

- a) i più comuni sono le "trappole luminose", che consistono in una luce ultravioletta che attira gli insetti verso una griglia elettrificata.
- b) questi sono insetticidi che possono agire per ingestione, contatto o inalazione.

**Lo sapevi
che...?**



La progettazione e l'esecuzione di un piano di trattamento specifico e di misure chimiche preventive, così come l'uso di prodotti legalmente consentiti e il controllo dei risultati e il rilascio di un certificato, devono essere eseguiti da un'azienda specializzata e registrata con l'autorizzazione pertinente per eseguire la disinfestazione e la derattizzazione.



Unità 7

Domande di autocorrezione

Indica la risposta corretta.

DOMANDA 1

Quanti tipi di alimenti esistono?

- a) 3
- b) Più di 10
- c) 2
- d) Più di 5

DOMANDA 2

In base alla loro natura, gli agenti contaminanti sono classificati in.

- a) Agenti naturali, fisici e chimici:
- b) Chimici e fisici.
- c) Agenti naturali e chimici.
- d) Agenti fisici, chimici e biologici.

DOMANDA 3

Misure che possono aiutare a prevenire la proliferazione dei microrganismi negli alimenti:

- a) Estrarre, cuocere, raffreddare e conservare.
- b) Pulizia, estrazione, cottura, raffreddamento e conservazione.
- c) Pulizia, estrazione, cottura e raffreddamento.
- d) Pulizia, estrazione, raffreddamento e

conservazione.

DOMANDA 4

_____ è l'eliminazione dello sporco e dei resti organici per mezzo di acqua e detergenti. In questo modo si riducono alcuni microrganismi, ma si rimuovono soprattutto il grasso e i residui visibili. La temperatura dell'acqua consigliata è di 40° C.

- a) Disinfezione
- b) Disinfezione fisica.
- c) Disinfezione chimica.
- d) Pulizia

DOMANDA 5

I principali parassiti dell'industria alimentare sono:

- a) Roditori, insetti e uccelli.
- b) Roditori, insetti e rettili.
- c) Insetti e rettili.
- d) Rettili e roditori.



UNITA'

1. Che cos'è l'imprenditorialità? Imprenditorialità nell'ambiente rurale.
2. Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità familiare.
3. Quadro giuridico e passi necessari.
4. Come garantire la soddisfazione del cibo locale.
5. Come garantire e misurare la qualità e il valore.
6. Come soddisfare le aspettative dei turisti.
7. Il cibo, la base della gastronomia
8. **Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.**
9. Conclusioni

UNITA' 8

Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi

In questa unità affronteremo il tema degli errori nell'imprenditoria e come fare un buon calcolo del costo del nostro prodotto.

Dobbiamo essere realistici, non possiamo credere che solo perché abbiamo avviato un'impresa tutto andrà bene da un giorno all'altro. Gli errori esistono e sono più comuni di quanto si pensi, sia nelle grandi che nelle piccole imprese. Scopriamo i nove errori più comuni nell'avvio di un'impresa!

1. Non sapere come scegliere la forma societaria giusta.
2. Pensare più al finanziamento che al reddito.
3. Dimenticare le questioni legali.
4. Iniziare senza un accordo aziendale.
5. Confondere la fatturazione con il pagamento.
6. Concentrarsi solo sull'idea.
7. Essere troppo ottimisti.
8. Non avere un modello di business.
9. Non avere il giusto prezzo.



Non preoccupatevi,
commettere errori è normale, il
problema è non rendersi conto
di commetterli!





FLAVOURS
of EUROPE

UNITA' 8

Costi e rischi, Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.

Ora che sappiamo quali sono gli errori, vediamo di suddividerli:

1. Forma aziendale/organizzazione legale sbagliata.

Come regola generale, si inizia come lavoratore autonomo e poi si costituisce una società a responsabilità limitata. Questa non è necessariamente l'opzione migliore se si vuole proteggere il proprio patrimonio come imprenditore. Valutate tutte le forme societarie e i vantaggi offerti nel vostro Paese.

2. Pensate alla finanza piuttosto che al reddito.

Il finanziamento è una parte importante, ma è ancora più importante guadagnare, il che significa che dovete concentrare la vostra attenzione soprattutto sui clienti. Un errore comune è quello di dedicare molto tempo alla ricerca di finanziamenti extra che potrebbero non essere necessari, invece di concentrarsi sull'attività.

3. Dimenticare le cose legali.

L'avvio di un'attività comporta molte formalità legali e documenti. Quando si avvia un'impresa, non bisogna dimenticare questioni come i brevetti dei marchi, la protezione dei dati o la consegna dei documenti entro le scadenze richieste.

Domanda: *Quale di tutti gli errori è il più grave per voi e quale pensate di non commettere?*



4. Iniziare senza un accordo di partnership.

Un patto parasociale regola i rapporti tra i soci e li tutela in caso di future vendite o aumenti di capitale. Poche società lo redigono al momento della costituzione e rappresenta una delle maggiori fonti di conflitto in futuro.

5. Confondere la fatturazione con il pagamento.

Vendere è positivo, ma non significa necessariamente che l'attività funzioni. Per questo è necessario essere pagati con un margine di profitto.

6. Concentrarsi solo sull'idea.

Non dimenticate che l'esecuzione è altrettanto importante, o addirittura più importante, di una buona idea o della qualità del prodotto. Voler presentare tutto perfetto è un errore comune.

**Lo sapevate
che...?**



Quando si parla di imprenditori, si pensa sempre ai giovani. Tuttavia, non è così. Uno studio condotto negli Stati Uniti dal Massachusetts Institute of Technology (MIT) ha rivelato che l'età media di un imprenditore è di 45 anni.



7. Essere troppo ottimisti.

Secondo uno studio di CB Insights, il 29% delle aziende chiude perché non ha più soldi. Uno dei motivi è che gli imprenditori tendono a essere troppo ottimisti con le loro previsioni di entrate e anche con i costi che dovranno sostenere. Non dimenticate di avere un cuscinetto per gli eventi imprevisti.

8. Mancanza di un modello di business.

Secondo CBInsights, il 17% dei fallimenti è dovuto al lancio di un prodotto senza un buon modello di business o senza evolvere il modello iniziale. Inoltre, il 14% ha chiuso perché non ha saputo eseguire correttamente il piano di marketing e un altro 10% perché non ha saputo gestire l'attività.

9. Non riuscire a fissare il prezzo giusto.

Questo è il motivo della chiusura del 18% delle startup, perché troppo costose o troppo economiche, che coprono a malapena i costi.

Ricorda: Questi sono alcuni degli errori più comuni. Non dimenticate mai di prendere le decisioni con una prospettiva lungimirante e, se sbagliate, potete sempre riflettere e imparare.

Ogni processo di apprendimento comporta errori e ogni errore significa acquisire esperienza.



Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.

Il controllo e la buona gestione delle materie prime è un aspetto fondamentale per ottenere profitti. Tenere traccia dei prodotti che utilizzeremo per la preparazione di una ricetta renderà più facile il calcolo dei costi.

Per ottenere il prezzo, utilizzeremo uno strumento che ci aiuta a determinare il costo totale di un piatto o di un prodotto attraverso le materie prime coinvolte nella sua preparazione. Si tratta di un aspetto fondamentale e imprescindibile nella gestione alberghiera e della ristorazione e della cucina, con il quale controlliamo quale prezzo applicare ai nostri piatti per renderli redditizi, oltre che per controllare e ottimizzare le nostre spese. In parole più semplici, si tratta di dare un costo reale al piatto o al prodotto in base al lavoro che ci costa e alla qualità della materia prima.

Che cosa deve figurare nella ripartizione dei costi?



- **Ingredienti:** Un elenco completo degli ingredienti utilizzati per la realizzazione del prodotto.
- **Unità acquistata:** È l'unità di misura in cui gli ingredienti sono stati acquistati dai vostri fornitori. Può essere qualsiasi cosa, dai grammi ai chili, ai millilitri, ai litri, ecc.
- **Costo unitario di acquisto:** Il prezzo per unità di misura riportato sulla fattura del fornitore.
- **Rendimento:** La resa è espressa in percentuale e rappresenta la quantità rimanente dopo la rifilatura e la pulizia. Ad esempio, il peso utilizzabile dopo la rifilatura e la pulizia di un pezzo di carne di 1.000 g può essere di 700 g (resa del 70%).
- **Costo unitario effettivo:** Il costo dopo aver calcolato la resa.
- **Dimensione della porzione:** la quantità di ogni ingrediente per ogni porzione.
- **Costo della porzione:** Il costo della porzione di quell'ingrediente, calcolato con la seguente formula: $\text{Porzione} \times \text{costo unitario effettivo}$



Questo è il punto di partenza per calcolare il prezzo di un prodotto. Il calcolo dei prezzi di vendita di piatti e prodotti è la chiave della redditività di un'azienda. E non si tratta solo di conoscere tutti i costi, ma anche di valutare la strategia aziendale, il posizionamento e l'accettazione da parte del mercato.

Prima di procedere al calcolo dei prezzi dei vostri prodotti, è importante avere chiare alcune nozioni di base. Tra queste, e in termini di strategia aziendale, sarebbe opportuno conoscere il margine di profitto totale, ovvero ciò che rimane dopo aver pagato tutte le spese aziendali. Il modo più chiaro per calcolare questa percentuale è dividere le spese in tre grandi categorie: materie prime, costi di manodopera e spese per i locali.

Lo sapevate che...?



Sebbene l'uso di prezzi finali di 9 dollari sia molto diffuso tra i retailer statunitensi, le prove della loro efficacia sono scarse. In questo articolo presentiamo una serie di tre studi sul campo in cui i prezzi finali sono stati manipolati sperimentalmente. I dati hanno portato a due conclusioni. In primo luogo, l'uso di un prezzo finale di 9 dollari ha aumentato la domanda in tutti e tre gli esperimenti. In secondo luogo, l'aumento della domanda è stato più forte per i nuovi articoli che per quelli che il dettagliante aveva venduto negli anni precedenti. È stato inoltre dimostrato che i prezzi finali di 9 dollari sono meno efficaci quando i rivenditori utilizzano i segnali di "vendita". L'insieme di questi risultati suggerisce che i saldi a 9 dollari possono essere più efficaci quando i clienti hanno informazioni limitate, il che potrebbe a sua volta contribuire a spiegare perché i rivenditori non usano i saldi a 9 dollari per tutti gli articoli.

Anderson, E.T., Simester, D.I. Effects of \$9 Price Endings on Retail Sales: Evidence da Field Experiments. *Quantitative Marketing and Economics* 1, 93–110 (2003).

Il consenso generale del settore tende a suddividere queste spese come segue:

- Materie prime: circa il 30%, ma mai più del 35%.
- Costo del lavoro: circa il 35%.
- Costi di occupazione: che comprendono assicurazioni, tasse e permessi, oltre al mutuo o all'affitto, alla fornitura di energia e alla pulizia dei locali, che dovrebbero aggirarsi intorno al 20%.
- Rispettando queste cifre si otterrà un margine di profitto lordo di circa il 15%.

Grazie all'analisi del profitto lordo, avrete una base migliore su cui procedere con la definizione del budget, la definizione del menu e il calcolo dei prezzi dei prodotti.



UNITA' 8

Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi

Partendo dalla ripartizione dei costi, esistono molti metodi per determinare il prezzo di un prodotto. Molti di questi metodi di determinazione del prezzo si basano solo su criteri soggettivi e sono inadatti e inefficienti, in quanto non si concentrano su informazioni reali sui prodotti e sui loro costi reali. In generale, si tratta di metodi che appartengono a un'epoca in cui gli strumenti di pricing erano molto assenti e si basavano più che altro sul confronto con i concorrenti o sulla definizione di quelli che erano considerati prezzi ragionevoli per i clienti.

Un metodo di calcolo del prezzo di vendita deve sempre basarsi su criteri oggettivi derivanti da un'analisi esaustiva di tutte le spese che sosterremo con la nostra attività, del margine di profitto lordo che vogliamo raggiungere e delle ricerche di mercato che abbiamo fatto.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITA' 8

Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi

I prezzi che fissiamo devono essere allineati con la qualità dell'esperienza che offriamo al cliente e con il livello medio di spesa che il nostro pubblico target considera appropriato per la nostra proposta di valore, in base al nostro posizionamento, alla nostra ubicazione, ecc. Devono essere prezzi interessanti per il consumatore e redditizi per l'azienda.

Esistono diversi criteri oggettivi applicabili e, sebbene nessuno di essi sia un metodo infallibile al 100%, saremo in grado di avvicinarci alla massima redditività possibile.

Questi sono alcuni dei principali:

1. **Metodi di premio del prezzo.**
2. **Metodo del contributo marginale.**
3. **Metodo della percentuale di profitto sul food cost.**



A volte è molto difficile sapere che prezzo dare al nostro prodotto o servizio, non esiste una formula che ci dica esattamente quanto dovrebbe valere. Questi sono alcuni strumenti che possono guidarvi, ma ricordate che voi e solo voi conoscete il lavoro da fare e il prezzo da fissare.



UNITA' 8

Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.

1. Metodi di premio del prezzo.

Questi si basano sull'aggiunta di un sovrapprezzo al costo del prodotto, senza tenere conto di altre variabili come i costi di manodopera o gli sprechi. Non è un metodo affidabile al 100% perché trascura un aspetto importante per la vostra valutazione, ovvero quanto i vostri clienti sono disposti a pagare per i piatti che offrite.

2. Metodi del contributo marginale

Questo metodo è la differenza tra il prezzo di vendita del prodotto meno i costi variabili.

Costi fissi: Sono costi che rimangono costanti indipendentemente dal fatto che si produca di più o di meno.

Costi variabili: Cambiano in base al volume di produzione.

Profitto: Corrisponde alla percentuale che si vuole guadagnare sul costo investito (costo fisso + costo variabile).

Esempio: se il costo totale di un prodotto è di 15 euro e si vuole guadagnare il 20% su tale costo, si dovrà vendere il piatto a 18 euro. Il profitto sarà quindi di 3 euro.



UNITA' 8

Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.

1. Percentuale di profitto sul metodo del food cost

Questo è forse uno dei metodi più utilizzati e viene stimato sul prezzo di costo reale dei nostri piatti che abbiamo realizzato in precedenza attraverso una ripartizione dei prezzi, calcolando una percentuale di profitto tra il 30-35%. In questa percentuale sono compresi i costi degli sprechi, poiché durante la preparazione ci saranno sempre degli scarti di cui bisogna tenere conto, e il resto dei costi della nostra attività, sia fissi che variabili (affitto, elettricità, acqua, ecc.).

Il calcolo che dovremo fare consisterà nel dividere il costo di un prodotto per questa percentuale, ottenendo così il prezzo di ciascuno dei prodotti che avremo in vendita. Se si paga un prodotto 1 euro, al momento della vendita si deve applicare un prezzo minimo di 3,35 euro. Può sembrare che stiate facendo pagare molto più del necessario, ma ricordate che non state pagando solo la materia prima. State pagando per tutta la sua preparazione. È inoltre necessario un profitto lordo sufficiente per pagare i locali e gli altri costi di vendita del prodotto.

Essendo uno dei metodi più utilizzati, applichiamo all'esempio di un vasetto di miele da 250 g e ai risultati ottenuti con la suddivisione del prezzo:

Costo reale di un vasetto di miele da 250 g: 3,10 €

Aumento percentuale: 35%

$3,10 / 0,35 = 8,85€$

Questo prezzo non ci sembra commerciale e preferiamo fissarlo a 8,95€. Il vostro margine di profitto lordo su questa voce di menu sarebbe ancora nell'ordine del 30-35%, ma il prezzo è più interessante.



UNITA' 8

Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.

Unità 8

Domande di autocorrezione

Indica la risposta corretta.

DOMANDA 1

Cosa deve essere riportato nella ripartizione dei costi?

- a) Solo gli ingredienti.
- b) **Ingredienti, acquisto unitario, costo unitario di acquisto, resa, costo unitario effettivo, dimensione della porzione e costo della porzione.**
- c) Ingredienti, acquisto unitario, resa, costo unitario effettivo, dimensione della porzione e costo della porzione.
- d) Ingredienti e costo delle porzioni.

DOMANDA 2

- a) Ciò che è veramente importante nella nostra attività è vendere, indipendentemente dai costi e dai profitti.
- b) Vendere è fondamentale, ecco perché dobbiamo sempre aggiungere uno sconto al prezzo.
- c) È necessario stabilire un buon prezzo di vendita e tenere conto dei margini di profitto e

dei costi.

- d) Un buon modo per vendere molto è aumentare i prezzi e dare un valore premium al prodotto.

DOMANDA 3

Cos'è più importante, l'idea o l'esecuzione?

- a) L'idea.
- b) L'esecuzione.
- c) **Entrambe.**
- d) Nessuna delle due.

DOMANDA 4

- a) Commettere errori è una cosa grave. Non si impara nulla.
- b) Commettere degli errori è comune. Va bene così, la cosa migliore da fare è andare avanti.
- c) Commettere errori è comune, ma non dobbiamo essere negligenti, dobbiamo imparare da ogni errore.
- d) Se siamo ben preparati, non commetteremo errori.

UNITA'

1. Che cos'è l'imprenditorialità? Imprenditorialità nell'ambiente rurale.
2. Come avviare una nuova attività stabilendo un punto gastronomico locale nella propria unità familiare.
3. Quadro giuridico e passi necessari.
4. Come garantire la soddisfazione del cibo locale.
5. Come garantire e misurare la qualità e il valore.
6. Come soddisfare le aspettative dei turisti.
7. Il cibo, la base della gastronomia
8. Costi e rischi. Come realizzare un buon prodotto in termini di costi.
9. Conclusioni

Benvenuti in questa avventura imprenditoriale! In questo primo manuale vi abbiamo insegnato le basi della vostra prossima attività e alcune linee guida da tenere a mente. Il proverbio cinese dice che "chi non sa sorridere non dovrebbe aprire un negozio", quindi abbiamo incentrato questi primi passi della vostra attività sul servizio clienti, un compito essenziale per voi.

D'altra parte, nel vostro cammino di imprenditori dovrete affrontare aspetti legali, la cui conoscenza abbiamo cercato di facilitare. È molto importante che vi armiate di pazienza e non abbiate paura di muovere i primi passi.

Il percorso per avviare la vostra attività, soprattutto in un ambiente rurale, vi darà molte soddisfazioni; innanzitutto, dovrete assumervi le vostre responsabilità senza che altri vi dirigano e genererete un valore aggiunto nella vostra comunità. In breve, sarete padroni del vostro destino.

