



Welfare aziendale e Ristorazione Collettiva: aggiungi un posto a tavola

🕒 25 Novembre 2019 👤 by Alessia Albertin

Le società del settore stanno ampliando la gamma dei servizi offerti alle imprese loro clienti. Non più solo le mense, ma soluzioni di wellbeing organizzativo a 360 gradi.

Mense e buoni pasto non bastano più. Alcuni player della ristorazione stanno andando nella direzione di un **maggior investimento nel welfare aziendale come benessere organizzativo**. Anche se con velocità diverse, più società della Ristorazione Collettiva sono scese in campo, ampliando la gamma di servizi di welfare che offrono alle imprese loro clienti.

Quella del Gruppo Pellegrini, che gestisce 600 mense aziendali ed eroga 40 milioni di pasti all'anno, per esempio, si può definire una **vera e propria accelerazione nel welfare**. Tanto che la Vicepresidente, Valentina Pellegrini, ha pronosticato, addirittura già

entro il 2020, un sorpasso nei ricavi dei servizi di wellbeing e buoni pasto sul business storico, quello della ristorazione collettiva.

L'impresa cooperativa CIRFOOD, invece, che gestisce 1.700 strutture produttive, 140 locali commerciali ed eroga più di 100 milioni di pasti all'anno, oltre a emettere 20 milioni di voucher (tra buoni pasto e buoni acquisto), **prima di approcciarsi al nuovo business si è corazzata**. Dopo oltre 40 anni di storia nella ristorazione collettiva, il Gruppo ha di recente acquisito la società Valore Welfare. La ragione? Ampliare il proprio ventaglio di servizi alle imprese e accreditarsi nel business del welfare.

L'acquisizione di Valore Welfare per posizionarsi nel mercato del benessere

Nel mese di ottobre 2019, CIRFOOD ha finalizzato l'acquisizione dell'advisor specializzato nella consulenza direzionale per la **costruzione e l'implementazione di piani di welfare aziendale e flexible benefit**. "Il business del welfare è strategico per noi perché in linea con un cammino già intrapreso da tempo", spiega Alessio Bordone, Sales Executive Director di CIRFOOD.

"Vogliamo proseguire e rafforzare il percorso intrapreso, di **trasformazione del nostro posizionamento da impresa di ristorazione**, che produce e serve milioni di pasti, ad azienda di wellbeing che contribuisce a migliorare il benessere delle persone".

La cooperativa pensa che l'acquisizione possa **fungere da acceleratore che le consentirà di affermarsi più rapidamente**, ma soprattutto con maggiore credibilità e competenze, nel business del welfare.

Prima dell'acquisizione, tra CIRFOOD e Valore Welfare c'erano già state occasioni di collaborazione anche con riferimento al programma di welfare aziendale interno. "**Noi volevamo coltivare tutto il percorso nel welfare**; loro erano interessati a trovare un

partner per continuare questo business. Quindi ci siamo trovati in modo molto naturale a fare questo percorso insieme”.

“Credo sia la mossa corretta: quello del welfare è un business complesso, **bisogna saper consigliare ai propri clienti gli strumenti, le modalità e le technicality più opportune**, che differiscono a seconda della fascia di età, della tipologia di lavoro, della composizione di genere, del settore e degli aspetti del Ccnl”.

L'evoluzione di CIRFOOD dalla ristorazione al welfare

L'interesse dell'impresa cooperativa verso il wellbeing organizzativo nasce dalla **volontà di migliorare la customer experience dei consumatori** che tutti i giorni entrano nei suoi ristoranti. “Vogliamo che i nostri pasti non nutrano solamente, ma migliorino il più possibile la qualità della vita delle persone e il benessere dei clienti finali. Il cibo e il servizio di ristorazione, quindi, sono per noi elementi fondamentali per fare welfare”.

CIRFOOD ha mosso i primi passi verso il benessere a 360 gradi in particolare negli ultimi cinque anni. “La nostra evoluzione ci ha portato naturalmente **da 'prepariamo da mangiare' a 'offriamo cibo di qualità' a 'offriamo benessere individuale ed organizzativo**, rispettivamente ai lavoratori e alle imprese che ci scelgono”.

L'ingresso nel mondo del welfare è iniziato all'interno della divisione BluBe. “Oltre ai circa 20 milioni di buoni pasto che eroghiamo ogni anno, abbiamo iniziato ad offrire anche buoni acquisto e gift card che ci permettono di **rivolgerci alle aziende proponendo formule di sostegno al reddito defiscalizzate ed altri servizi per i dipendenti** con una serie di agevolazioni per migliorare il bilanciamento tra lavoro e vita privata”.

Tuttavia, CIRFOOD ha sentito l'esigenza di implementare le competenze e il know-how necessari per crescere e distinguersi nel settore. “**Il welfare è un business che non si inventa**: ci vogliono conoscenze e capacità. Quindi abbiamo deciso che il modo più veloce e più intelligente per continuare questo percorso

era di iniziare una collaborazione diretta con chi questo business lo conosce bene, ci lavora già da tempo e ha una reputazione consolidata". Da qui l'idea di acquisire Valore Welfare.

Il benessere come valore e mission, prima che business

Per l'impresa cooperativa, **le sue persone e i suoi clienti rappresentano anche il valore e la mission aziendale.** "Tre parole sono la nostra bussola: cibo, il nostro core business da oltre 40 anni; cultura, perché ci impegniamo a educare le persone ad una sana e corretta alimentazione; e persone, che sono il fulcro della nostra attività".

Dal 2015, inoltre, CIRFOOD ha un **programma di welfare interno che si chiama NoixNoi** e che si occupa proprio delle sue persone. "Il welfare è parte del nostro Dna, quindi non possiamo non ritrovarlo nelle nostre aree di business".

Tuttavia, il Gruppo non ha alcuna intenzione di abbandonare il business storico per dedicarsi a quello nuovo. **"Siamo un Gruppo da 664 milioni di euro annui.** Oggi la parte di welfare gestita da BluBe si aggira intorno ai 100 milioni e ci auguriamo che cresca ancora con l'acquisizione. È una parte importante, ma non diventerà preponderante: il nostro core business è, e resterà, la ristorazione".

La società sta collaborando con i **due fondatori di Valore Welfare, Giovanni Scansani e Antonio Manzoni,** per definire i servizi da lanciare sul mercato nei primi mesi del 2020. "Continueremo sicuramente nell'area gift; stiamo sviluppando una nostra piattaforma di proprietà, tramite la quale i nostri clienti avranno accesso a tutta una serie di servizi e convenzioni per i loro dipendenti; e stiamo internalizzando alcune attività e servizi, ampliandoli nel contempo".

Inoltre, CIRFOOD ha intenzione di **creare una squadra dedicata, con persone che verranno formate sia internamente sia dai due**

consulenti di Valore Welfare e che si dedicheranno esclusivamente allo sviluppo dei servizi welfare. “Ciò che vorremmo fare è un welfare evoluto, a 360 gradi, però come parte di un business più complessivo in cui la ristorazione continuerà ad avere un ruolo fondamentale. Non è uno shift, ma un’integrazione, fatta in modo evoluto, specialistico, con competenze e non improvvisata”.

Share: [f](#) [🐦](#) [G+](#) [in](#)

Tags:

PIANI WELFARE

BENESSERE ORGANIZZATIVO

CIRFOOD

RISTORAZIONE COLLETTIVA

Potrebbe interessarti anche:

Chiedimi se sono felice

La produttività corre sulle intranet

Il carpooling aziendale fa bene al portafoglio e all'ambiente

Alle utility piace il welfare

[← Previous post](#)

[Next post >](#)

Questo sito usa i cookie per migliorare la tua esperienza di navigazione. Per maggiori informazioni clicca qui. Premendo il tasto accetti all'uso dei cookie.