

Master Confimprese

02/12/2011 12:05



Confimprese e Università di Parma danno il via alla VI edizione del Master della Ristorazione di Marca.

Il prossimo 23 gennaio parte l'iniziativa rivolta a laureati e diplomati, che, grazie a una formazione specifica di 8 mesi, sforna veri imprenditori nella ristorazione moderna.

Si apre in gennaio la VI edizione del Master in store management della ristorazione di marca, l'iniziativa promossa da [Confimprese](#) e dall'Università di Parma. Cinque le aziende sostenitrici del progetto, Autogrill, Chef Express (Gruppo Cremonini), Flunch, McDonald's e My Chef.

Tre le date per la selezione ancora raggiungibili: 24 novembre, 15 dicembre, 12 gennaio. La partenza del Master è prevista per il 23 gennaio con 4 mesi di aula che si concluderanno ai primi di maggio. Il 15 maggio i candidati inizieranno i 4 mesi di stage presso le aziende sponsor fino al 15 settembre.

Due le borse di studio assegnate in base alla graduatoria di selezione (votazione di laurea, esito delle prove di selezione) e al reddito messe a disposizione da Illy e dall'Università di Parma.

«Ho voluto con tutte le mie forze questo master – afferma Valentino Fabbian, amministratore delegato della divisione ristorazione di Cremonini, nonché vicepresidente [Confimprese](#) e presidente del Master –, perché ritengo che in Italia non esista nessuna struttura in grado di preparare in modo specifico il manager della ristorazione a catena, a differenza di quanto accade negli Stati Uniti e in altri Paesi europei. Così, come Confimprese, siamo riusciti a dar vita a questo Master, che rappresenta anche un ottimo esempio di collaborazione tra università e imprese e punta a creare veri imprenditori nella ristorazione moderna.

Rappresenta, inoltre, un ottimo esempio della collaborazione tra università e impresa, oggi sempre più necessaria per affrontare le nuove sfide del mondo del lavoro. Quali sono le specifiche competenze che un manager della ristorazione a catena deve poter mettere in campo? Innanzitutto deve saper semplificare la gestione di un ristorante, utilizzando i moderni strumenti di controllo; essere, quindi, in grado di leggere l'andamento economico e di adeguarsi con prontezza ai mutamenti delle condizioni di vendita.

In particolare, poi, deve fare buon uso di tutti gli strumenti, informatici e non, a sua disposizione, per guidare il punto vendita nel modo più efficace, snello e semplificato possibile. Inoltre – ed è proprio questa la particolarità che la ristorazione moderna presenta rispetto a un ristorante tradizionale con un suo owner operator –, deve sapersi inserire nei diversi punti vendita della catena ed essere immediatamente operativo».

Per formare queste competenze, il corso prevede 4 mesi di lezioni teoriche in aula e altrettanti di stage presso le aziende sostenitrici del progetto, con frequenza obbligatoria e a tempo pieno. Il piano didattico dedica ampio spazio a skill di formazione e gestione del personale, che all'interno della ristorazione commerciale rappresenta il 30-40% del costo del lavoro; quindi allo sviluppo e alla presentazione del prodotto e alle modalità di vendita, senza trascurare gli aspetti legislativi, relativi alle norme vigenti. Una parte importante riguarda sia le modalità per mantenere e incrementare le vendite, con la massima soddisfazione e conseguente fidelizzazione del cliente, sia il controllo di gestione, strumento basilare per il manager per ottenere i risultati di budget previsti per il punto vendita.

Inizialmente pensato come post-laurea e da qualche anno anche come post-diploma, il corso è stato strutturato in modo da fornire una formazione che risponda a quanto richiesto da un manager della ristorazione organizzata. «Il posizionamento di questo prodotto culturale rimane distintivo – specifica Davide Pellegrini, professore associato



dell'Università di Parma e direttore scientifico del corso – in quanto focalizzato su un bisogno specifico: formare candidati ad alto potenziale, che possano svolgere una funzione di store management all'interno di catene commerciali e riescano a far fronte sul punto vendita alle problematiche tipiche di organizzazioni complesse, sposando alle capacità di execution velocità di lettura comportamentale e buone doti di analisi».

I candidati, che possono essere laureati triennali e quadriennali con preferenza per discipline economiche o gastronomiche e diplomati con esperienza lavorativa biennale nel settore della ristorazione, saranno scelti attraverso colloqui con i docenti universitari e test logico-attitudinali. Alle selezioni parteciperanno per la prima volta anche i direttori risorse umane delle imprese sponsor per apportare il loro contributo nella scelta delle risorse più idonee alle loro esigenze aziendali.

Il Master in store management della ristorazione di marca ha riscosso nel tempo consensi crescenti non solo da parte delle imprese che l'hanno lanciato e sostenuto, ma anche dei candidati, il cui numero è cresciuto costantemente passando dai 14 partecipanti della I edizione (2006-2007) ai 22 di quella appena conclusasi (22 nella II, 17 nella III, 25 nella IV).

I requisiti fondamentali per potere accedere al Master e su cui le aziende non sono disposte a fare sconti sono la conoscenza dell'inglese e la mobilità su tutto il territorio.

[eZ Publish™](#) copyright © 1999-2011 [eZ Systems AS](#)