

Le professioni

FOOD, IL CONTROLLO DEI DATI MIGLIORA IL BUSINESS

Trend

SOSTENIBILITÀ, DRIVER DI VALORE NEL SETTORE FOOD&BEVERAGE

Calici e pandette

PAINT IT BLACK, CHARDONNAY IPNOTICO

Le tavole della legge

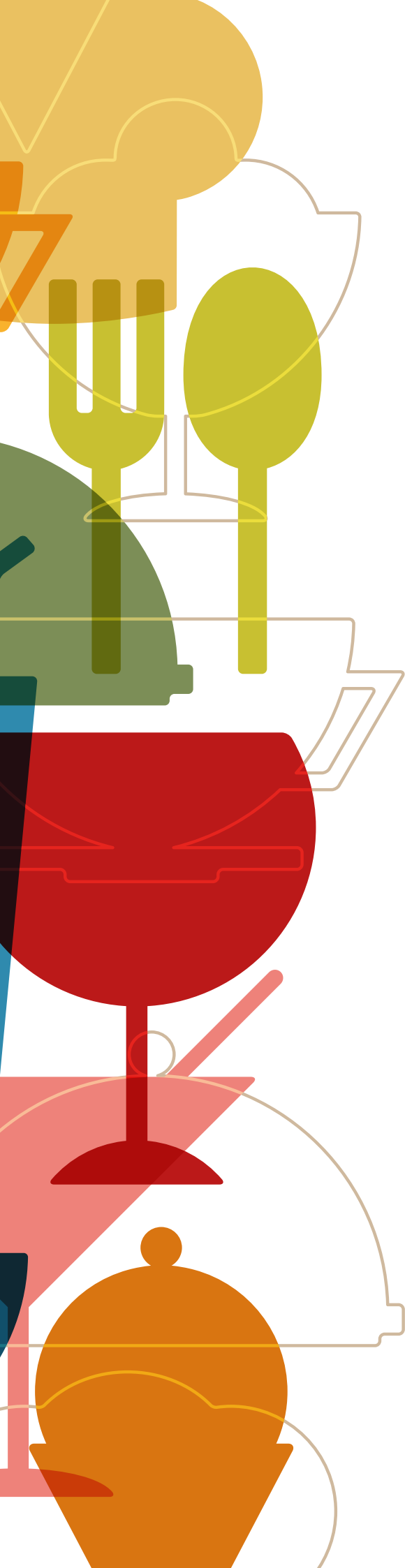
RØST, CHE PERSONALITÀ

Speciale

LEGALCOMMUNITY ENERGY AWARDS 2021. I VINCITORI

CORICELLI, “TRASPARENTE” CON L’OLIO IN BLOCKCHAIN

L'azienda di Spoleto cresce puntando sul mercato interno, l'estensione di gamma dei prodotti e la tecnologia blockchain per certificare la qualità dell'olio evo



LE PROFESSIONI

FOOD, IL CONTROLLO DEI DATI
MIGLIORA IL BUSINESS

FOOD BUSINESS

CORICELLI, "TRASPARENTE"
CON L'OLIO IN BLOCKCHAIN

TREND

SOSTENIBILITÀ, DRIVER DI VALORE
NEL SETTORE FOOD&BEVERAGE

CALICI E PANDETTI

PAINT IT BLACK,
CHARDONNAY IPNOTICO

LE TAVOLE DELLA LEGGE

RØST, CHE PERSONALITÀ



FRANCESCO MAZZO

FOOD, IL CONTROLLO DEI DATI MIGLIORA IL BUSINESS

Le analisi permettono di individuare dispersioni e intervenire per “salvare” i margini della ristorazione. Parole d’ordine: organizzazione e managerializzazione. Il caso Compendium

di francesca corradi

“Se lo puoi misurare, lo puoi migliorare” questo il motto di Compendium che, attraverso la consulenza, l’elaborazione, la riclassificazione e l’analisi di tutti i numeri del business aziendale, misura in tempo reale i risultati di un’impresa, offrendo soluzioni in grado di porre in equilibrio ogni asset.

Francesco Mazzo, managing director di Compendium, racconta a MAG l’importanza del controllo dei dati per lo sviluppo di attività anche del food&beverage.

Come definirebbe Compendium?

È una società a servizio delle società. Il nostro obiettivo è creare cultura aziendale, supportando gli imprenditori e i manager delle aziende. Offriamo soluzioni e servizi in ambito HR & payroll, contabilità analitica, strategie finanziarie, controllo di gestione, consulenza direzionale, soluzioni di business intelligence e temporary management. Sfruttiamo un ecosistema di strumenti tecnologici all’avanguardia di

nostro brevetto, che permettono l'integrazione e la modellazione dei dati rendendo snelle le operazioni contabili e garantendo efficienza.

Cosa fate concretamente per il settore food&beverage?

Noi creiamo un *profit and loss statement* specifico per ogni società. In questo modo siamo in grado di avere ogni mese un overview sui dati riguardanti: scarti prodotti crudi e di prodotti finiti; pasti dipendenti; sconti promozionali; premi fine anno/ sconti sul fatturato, ecc. La nostra analisi puntuale su queste linee permette ai clienti di identificare eventuali dispersioni - tramite il confronto con i dati pregressi - e di identificare il loro primo margine, confrontando il dato di gestione con il dato contabile.

Ci fa qualche esempio e nome?

Per un cliente che si occupa di ristorazione fast food, siamo riusciti ad accorgerci che la distinta base di un nuovo prodotto inserito solo un mese prima nel menu non era impostata correttamente, permettendo così un intervento tempestivo di adeguamento del prezzo. Per un altro cliente abbiamo messo a punto un metodo di monitoraggio più attento per gli scarti di prodotti crudi, aiutandolo a ottimizzare il processo anche tramite la formazione del personale e la modifica di alcune procedure operative.

Cos'è lo storytelling dei dati?

Significa veicolare contenuti e azioni, messe in campo dal cliente, attraverso schemi narrativi ricorrenti e riconoscibili. Questo approccio permette a persone di diversi ruoli o funzioni di avere una rappresentazione che consenta di leggere i dati in maniera comprensibile e fruibile da tutti, invece di un insieme di dati non aggregati e non integrati, a uso esclusivo degli analisti.

Quali sono i bisogni e le mancanze del settore?

Come potrebbero essere colmate?

Ristorazione non deve far rima con improvvisazione. Secondo una elaborazione Fipe su dati Istat, in Italia c'erano 300mila imprese nei cinque anni pre-covid. Cinquantamila realtà sono state costrette a chiudere a causa della crisi o di aperture poco regolate. L'eccesso di offerta nel settore della somministrazione del cibo ha avuto come conseguenza una ristorazione improvvisata, meno sicura e controllata. Noi lavoriamo soprattutto nella sfera lombarda e abbiamo visto che c'è un forte bisogno di una guida all'organizzazione, alla lettura del dato, alla managerialità. Gli imprenditori più

giovani, pieni di iniziativa, questo l'hanno colto e si fanno guidare volentieri; la parte di ristorazione più "storica", invece, spesso fa ancora una certa resistenza.

Ci fa degli esempi virtuosi?

Senza fare nomi, abbiamo un cliente che fin dall'inizio ci ha voluto al suo fianco per confrontarsi con medie di mercato, impostare KPI di controllo periodici, valutare vari scenari di PFN (posizione finanziaria netta), fare uno giusto studio dei contratti del lavoro per capire come assumere ottimizzando i costi e creare indici di produttività, e decidere la leva finanziaria da usare D:E (debt to equity). Questo è un sano approccio al business, che permette di tenere sotto controllo tutto, sin dal principio.

Perché è così importante non perdere di vista il cash flow (ndr l'ammontare delle risorse finanziarie nette prodotte dall'impresa in un anno)?

L'analisi del cash flow abilita l'azienda a decidere cosa fare della propria liquidità, anziché lasciare che siano i flussi di cassa a deviare le strategie imprenditoriali e a impedire di approfittare delle opportunità commerciali che dovessero presentarsi. Dà all'impresa più opzioni di gestione anziché costringerla in un vicolo cieco molto rischioso.

Come vedete il futuro del food&beverage?

Siamo piuttosto ottimisti a riguardo. Crediamo che, in meno di due anni, il settore possa tornare ai livelli pre-covid, con l'elemento della sicurezza e dell'attenzione che rappresenteranno i veri elementi differenziati. Saranno premiati coloro che sapranno concentrarsi sui bisogni del consumatore finale.

Quali sono i vostri piani futuri?

Nei prossimi tre anni continueremo a investire nell'infrastruttura tecnologica e nella formazione dei nostri professionisti. Il connubio fra tecnologia per l'automazione e l'integrazione e la consulenza esperta è il nostro principale valore aggiunto e nel prossimo futuro metteremo in atto una strategia di riposizionamento focalizzata alla sua valorizzazione. Riserveremo una particolare attenzione al network, altro elemento centrale dei nostri piani. Le esigenze dei clienti crescono e si evolvono e, quando iniziano a comprendere il beneficio delle analisi puntuali, sono loro stessi che diventano per noi stimolo per inventare nuove soluzioni tecniche e altre analisi gestionali. In questo caso e per questo specifico settore è proprio il caso di dire: l'appetito vien mangiando. 🍴