

**Strategie**

# Nutrizione, sostenibilità e welfare soluzioni innovative in pausa pranzo

MILANO

CirFood, cooperativa presente in diciassette regioni, oltre che in Olanda e Belgio, apre quest'anno a Reggio Emilia un distretto di ricerca per progettare e sperimentare offerte e "pacchetti" integrati

**C**rescere nei settori della ristorazione collettiva, attraverso l'investimento in innovazione e sostenibilità, e diversificare il business puntando sull'offerta di servizi di welfare tarati sulle singole esigenze aziendali e territoriali. Con questa strategia CirFood, impresa cooperativa presente in 17 regioni e 74 province italiane (oltre che in Olanda e in Belgio), punta ad affermarsi ancora in un segmento che ha risentito pesantemente della pandemia e il cui valore strategico per il paese andrebbe riconosciuto e sostenuto con più forza. A sottolinearlo è Chiara Nasi, presidente di CirFood, che evidenzia: «Il nostro comparto dà occupazione a più di 100 mila persone, di cui l'80% donne, e si è rivelato fondamentale anche nei periodi più duri della pandemia quando abbiamo garantito la continuità di alcuni servizi essenziali in luoghi come gli ospedali, le Rsa e le scuole».

L'impresa cooperativa ha presentato di recente il Piano strategico 2022/2025 in cui delinea le linee guida con cui intende affrontare le sfide del post pandemia. L'obiettivo è investire circa 40 milioni di euro all'anno in aree strategiche per il business. Si spazia dalla ristorazione scolastica a quella socio-sanitaria, «settori nei quali siamo leader di mercato e nei quali intravediamo ulteriori potenzialità di sviluppo», racconta Nasi. Sul primo fronte, «ci aspettiamo nuove opportunità dagli investimenti previsti nel Pnrr che favoriranno l'estensione del tempo pieno, in particolare nelle scuole del primo ciclo di istruzione, e l'intervento su almeno 1000 edifici, con riqualificazioni che prevedono anche l'introduzione di mense scolastiche per le scuole primarie e dell'infanzia». Mentre sul secondo fronte, «riteniamo che la ristorazione socio-sanitaria potrà beneficiare in futuro della forte espansione della silver economy».

Non solo. La società intende

puntare con forza sulla ristorazione aziendale, un settore che ha risentito della crescente diffusione dello smart working, richiedendo di far leva su soluzioni innovative per stare al passo con le nuove esigenze di imprese e lavoratori. Per questo, spiega Nasi, «abbiamo introdotto servizi di ristorazione più flessibili e digitali». Qualche esempio? Per i clienti è stata lanciata un'app che permette di effettuare le ordinazioni e di pagare online, con la possibilità di usufruire anche di consigli nutrizionali. Inoltre, l'impresa ha reso disponibili nelle sedi aziendali dei lockers refrigerati dove è possibile ritirare le proprie ordinazioni quando si vuole.

Accanto all'innovazione l'obiettivo è far leva con forza sulla sostenibilità, da sempre pilastro fondante del gruppo. «Abbiamo un bilancio di sostenibilità certificato secondo i parametri GRI», racconta Nasi. Inoltre, prosegue, «abbiamo attuato diversi progetti di economia circolare e per ridurre i nostri consumi di energia». Oltre a questo, «utilizziamo l'intelligenza artificiale per contenere gli sprechi, ottimizzando gli ordini e la gestione dei magazzini e della logistica. In via speri-

**100**  
**MILA**  
Le persone che lavorano nel comparto della ristorazione collettiva

**80%**  
**DONNE**  
Le lavoratrici in questo settore rappresentano l'80 per cento degli occupati

mentale, inoltre, ci serviamo di questa tecnologia per misurare gli sprechi all'interno delle mense pensando quello che è avanzato e rimodulando così la produzione in base ai risultati».

Momento centrale di questa strategia sarà poi il lancio del CirFood district, centro di ricerca e innovazione che verrà inaugurato quest'anno a Reggio Emilia dove verranno progettate e sperimentate nuove soluzioni nell'ambito della nutrizione e del food service. Infine, l'intento è accelerare sull'offerta di servizi welfare, considerate le grosse potenzialità di questo settore in Italia. Non a caso il Welfare Index Pmi 2021 evidenzia come nel periodo della pandemia è cresciuto il numero di imprese attive in questo ambito, così come la gamma dei benefit introdotti.

In questo contesto si inserisce il lancio da parte di CirFood della società Valyousness che intende offrire ad aziende pubbliche e private pacchetti personalizzati di welfare, definiti attraverso un servizio di consulenza e pensati per integrare i servizi garantiti dal pubblico in ciascun territorio. L'offerta spazia da buoni spesa e regalo a soluzioni per conciliare vita lavorativa e tempo libero, come ad esempio servizi di babysitting.

Una serie di iniziative e di progetti con cui la società punta a raggiungere un fatturato di gruppo di 850 milioni di euro entro il 2025. Di questi, oltre 680 milioni di euro sono attesi nella ristorazione collettiva e 48 milioni di euro dovrebbero provenire dalla ristorazione commerciale. Oltre tre milioni e mezzo è invece il giro d'affari che l'impresa cooperativa vuole raggiungere con i servizi di welfare, mentre nella ristorazione all'estero si punta a mettere a segno un fatturato di 118 milioni di euro, il tutto grazie al consolidamento della crescita sia organica sia attraverso linee esterne. -s.d.p.

**Il personaggio**



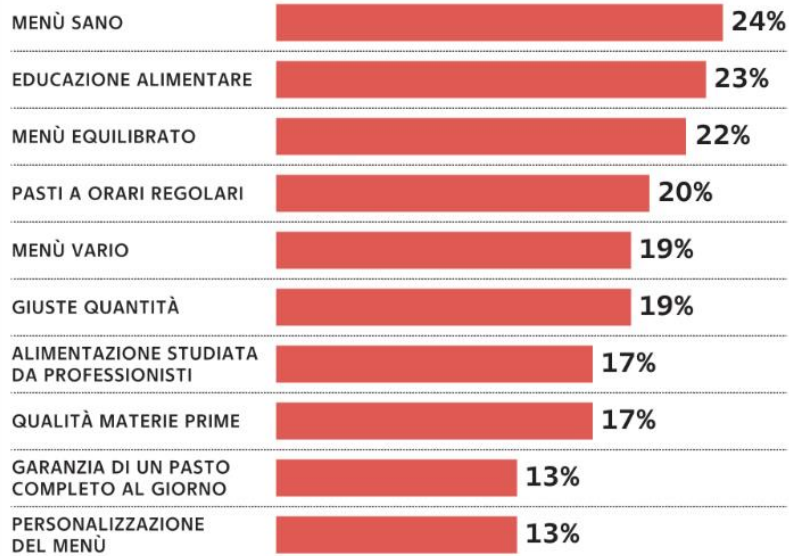
**Chiara Nasi**  
presidente CirFood

☐ Anche in mensa economia circolare per ridurre i consumi pure di energia

**I numeri**



**LE VALUTAZIONI**  
POSITIVE DELLE FAMIGLIE SULLA RISTORAZIONE SCOLASTICA



FONTE: IPSOS

## Strategie

# Nutrizione, sostenibilità e welfare soluzioni innovative in pausa pranzo

MILANO

CirFood, cooperativa presente in diciassette regioni, oltre che in Olanda e Belgio, apre quest'anno a Reggio Emilia un distretto di ricerca per progettare e sperimentare offerte e "pacchetti" integrati

**C**rescere nei settori della ristorazione collettiva, attraverso l'investimento in innovazione e sostenibilità, e diversificare il business puntando sull'offerta di servizi di welfare tarati sulle singole esigenze aziendali e territoriali. Con questa strategia CirFood, impresa cooperativa presente in 17 regioni e 74 province italiane (oltre che in Olanda e in Belgio), punta ad affermarsi ancora in un segmento che ha risentito pesantemente della pandemia e il cui valore strategico per il paese andrebbe riconosciuto e sostenuto con più forza. A sottolinearlo è Chiara Nasi, presidente di CirFood, che evidenzia: «Il nostro comparto dà occupazione a più di 100 mila persone, di cui l'80% donne, e si è rivelato fondamentale anche nei periodi più duri della pandemia quando abbiamo garantito la continuità di alcuni servizi essenziali in luoghi come gli ospedali, le Rsa e le scuole».

L'impresa cooperativa ha presentato di recente il Piano strategico 2022/2025 in cui delinea le linee guida con cui intende affrontare le sfide del post pandemia. L'obiettivo è investire circa 40 milioni di euro all'anno in aree strategiche per il business.

Si spazia dalla ristorazione scolastica a quella sociosanitaria, «settori nei quali siamo leader di mercato e nei quali intravediamo ulteriori potenzialità di sviluppo», racconta Nasi. Sul primo fronte, «ci aspettiamo nuove opportunità dagli investimenti previsti nel Pnrr che favoriranno l'estensione del tempo pieno, in particolare nelle scuole del primo ciclo di istruzione, e l'intervento su almeno 1000 edifici, con riqualificazioni che prevedono anche l'introduzione di mense scolastiche per le scuole primarie e dell'infanzia». Mentre sul secondo fronte, «riteniamo che la ristorazione sociosanitaria potrà beneficiare in futuro della forte espansione della silver economy».

Non solo. La società intende

puntare con forza sulla ristorazione aziendale, un settore che ha risentito della crescente diffusione dello smart working, richiedendo di far leva su soluzioni innovative per stare al passo con le nuove esigenze di imprese e lavoratori. Per questo, spiega Nasi, «abbiamo introdotto servizi di ristorazione più flessibili e digitali». Qualche esempio? Per i clienti è stata lanciata un'app che permette di effettuare le ordinazioni e di pagare online, con la possibilità di usufruire anche di consigli nutrizionali. Inoltre, l'impresa ha reso disponibili nelle sedi aziendali dei lockers refrigerati dove è possibile ritirare le proprie ordinazioni quando si vuole.

Accanto all'innovazione l'obiettivo è far leva con forza sulla sostenibilità, da sempre pilastro fondante del gruppo. «Abbiamo un bilancio di sostenibilità certificato secondo i parametri Gri», racconta Nasi. Inoltre, prosegue, «abbiamo attuato diversi progetti di economia circolare e per ridurre i nostri consumi di energia». Oltre a questo, «utilizziamo l'intelligenza artificiale per contenere gli sprechi, ottimizzando gli ordini e la gestione del magazzino e della logistica. In via speri-

100

MILA

Le persone che lavorano nel comparto della ristorazione collettiva

80%

DONNE

Le lavoratrici in questo settore rappresentano l'80 per cento degli occupati

mentale, inoltre, ci serviamo di questa tecnologia per misurare gli sprechi all'interno delle mense pesando quello che è avanzato e rimodulando così la produzione in base ai risultati».

Momento centrale di questa strategia sarà poi il lancio del CirFood district, centro di ricerca e innovazione che verrà inaugurato quest'anno a Reggio Emilia dove verranno progettate e sperimentate nuove soluzioni nell'ambito della nutrizione e del food service. Infine, l'intento è accelerare sull'offerta di servizi welfare, considerate le grosse potenzialità di questo settore in Italia. Non a caso il Welfare Index Pmi 2021 evidenzia come nel periodo della pandemia è cresciuto il numero di imprese attive in questo ambito, così come la gamma dei benefit introdotti.

In questo contesto si inserisce il lancio da parte di CirFood della società Valyouness che intende offrire ad aziende pubbliche e private pacchetti personalizzati di welfare, definiti attraverso un servizio di consulenza e pensati per integrare i servizi garantiti dal pubblico in ciascun territorio. L'offerta spazia da buoni spesa e regalo a soluzioni per conciliare vita lavorativa e tempo libero, come ad esempio servizi di babysitting.

Una serie di iniziative e di progetti con cui la società punta a raggiungere un fatturato di gruppo di 850 milioni di euro entro il 2025. Di questi, oltre 680 milioni di euro sono attesi nella ristorazione collettiva e 48 milioni di euro dovrebbero provenire dalla ristorazione commerciale. Oltre tre milioni e mezzo è invece il giro d'affari che l'impresa cooperativa vuole raggiungere con i servizi di welfare, mentre nella ristorazione all'estero si punta a mettere a segno un fatturato di 118 milioni di euro, il tutto grazie al consolidamento della crescita sia organica sia attraverso linee esterne. — s.dp.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il personaggio



Chiara Nasi  
presidente CirFood

☑ Anche in mensa economia circolare per ridurre i consumi pure di energia