

Risto 3 ha completamente rinnovato il proprio sito internet [www.risto3.it](http://www.risto3.it), nella grafica e nei contenuti con l'obiettivo di migliorare la navigazione e la fruizione. L'immagine del cavallo a dondolo domina, perché è legato alla tradizione, alle persone e alla qualità. Inoltre rappresenta bene l'idea di azienda sempre in movimento, in evoluzione, ma che nel contempo rimane in equilibrio.



## IL SONDAGGIO

# RISTO 3 PROMOSSA A PIENI VOTI

**Un sondaggio tra i clienti dei ristoranti rivela un alto gradimento. Li consiglieresti ad un amico? Il 91% risponde sì.**

di Silvia Guido

 cooperazione.tv

Sono i consumatori a decretare il successo o meno di un ristorante. Questa consapevolezza ha portato Risto3, cooperativa che da anni si occupa del servizio ristorazione in Trentino, ad analizzare la percezione dei propri clienti non solo per quanto riguarda il prodotto e i servizi offerti, ma anche per la qualità dei processi aziendali, in un'ottica che tenga conto anche della trasparenza, dell'eticità dei comportamenti e della politica aziendale.

La cooperativa ha deciso quindi di effettuare un'indagine per cercare di conoscere, prevenire e avvicinarsi alle esigenze dei propri clienti dei Ristoranti Self, realizzata con la collaborazione del professor **Carlo Borzaga** (Euricse) e della dottoressa **Sara Depedri**. Attraverso un questionario composto di 43 domande

è stato dapprima individuato, pur in modo anonimo, il tipo di target, ponendo alcune domande anagrafiche generiche. Nella seconda parte è stata chiesta ai clienti una valutazione sulle modalità di fruizione del servizio, il comportamento del personale, alcune caratteristiche di igienicità e la composizione dei piatti (temperatura, quantità, qualità, cottura), nonché sul clima di ogni locale. Infine la domanda cruciale: lo raccomanderesti ad un amico? Ebbene il 91% dei 2376 intervistati ha risposto sì. Un dato confortante, considerando la forza del passaparola per la fortuna di un esercizio in questo settore.

Dall'analisi dei dati è emerso che due terzi della clientela è composto da impiegati. Seguono operai, tecnici e artigiani. Per la maggior parte dei

casi, esattamente il 68,4%, si tratta di uomini. Ad incidere sulla scelta del ristorante cui recarsi pesa essenzialmente la vicinanza al proprio posto di lavoro (48,9%), nonché il rapporto qualità prezzo (30,2%). Il 78,4% degli ospiti giudica non eccessivo il tempo di attesa, altro dato significativo, considerato che si tratta di lavoratori in pausa pranzo. Il 96,5% degli intervistati ritiene poi che l'accoglienza sia molto curata.

Dato che Risto3 sa di non elargire solo un prodotto ma anche un servizio, da anni cerca di offrire un ristoro, non solo gastronomico, cercando di garantire ai propri ospiti anche un'atmosfera confortevole, dando vita ad ambienti semplici ma accoglienti e funzionali. Questa scelta aziendale ha riscontrato l'approvazione degli avventori, soddisfatti



con una percentuale di positività dell'83,4%.

Anche gli investimenti sulla sicurezza e igiene alimentare (che per altro hanno portato all'ottenimento di molte certificazioni europee) sono risultati graditi al 95% dei clienti dei ristoranti. Infine promosso a pieni voti anche il gusto dei piatti e la scelta di usare prodotti e materie prime del circuito cooperativo (garantendo in particolare prodotti biologici nelle scuole) o comunque provenienti dal territorio trentino. Fattori che sicuramente incidono sul prezzo, ma compresi, accolti ed apprezzati dall'81,4% dei clienti.

## I NUMERI DI RISTO 3

Risto3 è una cooperativa trentina specializzata nella produzione di pasti veloci e nella gestione di mense scolastiche, ristorazione sanitaria e della terza età, pasti trasportati, mense aziendali e interaziendali. Confeziona 6 milioni di pasti all'anno e conta 230 punti di cottura in Trentino con un valore di produzione di 35 milioni di euro. La cooperativa presieduta da **Lidiana Piol** e diretta da **Sergio Vigliotti** dà lavoro a 945 persone, di cui 350 sono soci lavoratori. Ben il 92% del personale è costituito da donne. Risto3 conta anche molti lavoratori stranieri: può definirsi una comunità multiculturale, con persone di 23 nazionalità, tra cui 12 Paesi extraeuropei, dalla Bosnia e Macedonia al Togo, Uganda o Camerun.

## IDENTITÀ COOPERATIVA, ECCELLENZA IMPRENDITORIALE

Tradurre nella pratica i principi della cooperazione. Questo obiettivo, che guida ogni cooperatore, non è sempre facile da perseguire, qualche volta anche per mancanza di idee, spunti o buone prassi a cui fare riferimento. Partendo da questo presupposto il comitato tecnico di settore delle cooperative di lavoro, sociali, servizio e abitazione della Federazione ha creato un gruppo di lavoro aperto a tutte le cooperative, che si è riunito varie volte per cercare di recuperare e valorizzare gli elementi identificativi dell'impresa cooperativa.

Questo bisogno è emerso chiaramente nel seminario di Stenico del 2007 sul socio lavoratore, quando vari interventi hanno puntato l'attenzione dei partecipanti sull'esigenza di lavorare sui principi basilari della cooperazione. Al gruppo, coordinato da **Sergio Vigliotti**, **Angiola Brida** e seguito da **Maria Grazia Pagani** per l'ufficio cooperative di lavoro servizio sociali e abitazione, hanno partecipato i rappresentanti di ben 34 cooperative, incontrandosi una volta al mese per otto mesi. La base di discussione è stato il libro edito dalla Federazione con la traduzione dei principi cooperativi ad opera di **Ian Mac Pherson**. Principio dopo principio i partecipanti hanno

provato a vedere le declinazioni pratiche, con delle proposte progettuali specifiche e generali.

Per esempio nel caso del principio "adesione libera e volontaria", le proposte emerse dal tavolo riguardano l'opportunità di organizzare una campagna soci e di attivare una specifica formazione cooperativa. Per il principio "educazione formazione ed informazione" è uscita l'idea progettuale di individuare modalità che consentano la partecipazione consapevole e responsabile del socio alle scelte aziendali, garantendo informazioni chiare e tempestive. E ancora sul principio "intercooperazione" è affiorata l'esigenza di una maggiore conoscenza reciproca e personale per rafforzare relazione e fiducia, per esempio attraverso incontri territoriali tra cooperative.

Quanto all'"interesse per la comunità" il gruppo di lavoro ha proposto di individuare momenti pubblici per rafforzare nella società la relazione con il territorio, ponendo alta attenzione sui contratti di lavoro, sull'ambiente, sulla sicurezza e sull'inclusione dei soggetti più deboli.

Alla fine è emerso un documento finale di alto spessore, che racconta gli spunti usciti nella discussione e propone ipotesi di azione. ■

