Gastropreneurs

Empowering Youth Entrepreneurship on Gastronomy

Gestione imprenditoriale nella ristorazione

QUADRO TEORICO

WP3/A3 – Sviluppare il Quadro Teorico delle Unità di Apprendimento

2026

Progetto N° 2024-2-FR02-KA220-YOU-000294275

Co-funded by the European Union

Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono esclusivamente quelli dell'autore o degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agence Erasmus+ France Jeunesse & Sport (Agence du Service Civique). Né l'Unione Europea né l'autorità che ha concesso il finanziamento possono esserne ritenute responsabili.

UNITA' DI APPRENDIMENTO 9

Unità di apprendimento
COINVOLGIMENTO DELLA COMUNITA' E INTERAZIONE CON I CLIENTI NELLA RISTORAZIONE

Quadro teorico dell'unità di apprendimento

Quadro teorico

Il coinvolgimento della comunità e l'interazione con i clienti possono apportare benefici significativi nella fase di avvio e sviluppo di un'attività imprenditoriale. Coinvolgere attivamente la comunità e costruire relazioni significative con i propri clienti contribuisce a rafforzare la fiducia, aumentare la visibilità dell'impresa e favorire la fidelizzazione nel lungo periodo.

Ad esempio, un'azienda che ascolta attivamente la propria comunità, collabora con partner locali e promuove esperienze inclusive ha maggiori probabilità di distinguersi e avere successo.

In questa sezione verranno illustrati i principali concetti alla base di questi approcci e il modo in cui essi possono sostenere la crescita, la sostenibilità e l'impatto positivo dell'impresa.

1. Esperienze partecipative

La **teoria della partecipazione** pone l'accento sul coinvolgimento attivo delle persone, piuttosto che sulla loro semplice fruizione passiva di un prodotto, servizio o esperienza. Nelle esperienze partecipative, gli individui diventano co-creatori dell'esperienza stessa anziché semplici osservatori.

Questo approccio si basa sulle teorie dell'apprendimento sociale, sul costruttivismo e sull'educazione esperienziale, che evidenziano come le persone apprendano, sviluppino relazioni e acquisiscano una comprensione più profonda quando sono coinvolte in interazioni significative. La partecipazione rafforza il senso di iniziativa e responsabilità individuale, favorisce il coinvolgimento e aumenta la motivazione. Inoltre, incoraggia la risoluzione collaborativa dei problemi e la condivisione delle responsabilità.

2. Teorie della relazione con il cliente/utente

Le **teorie della relazione con il cliente** si concentrano sulla costruzione di rapporti basati su fiducia, comunicazione, coerenza e valore percepito tra il fornitore di un servizio e il suo cliente o utente. Gli approcci orientate alla relazione privilegiano il coinvolgimento nel lungo periodo rispetto alle semplici interazioni occasionali o transazionali.

Tra i concetti chiave rientrano:

- **Valore relazionale:** i benefici emotive e sociali che si aggiungono al valore funzionale del servizio offerto.
- **Gestione delle aspettative:** chiarezza, trasparenza e affidabilità nella comunicazione e nell'erogazione del servizio.
- **Progettazione dell'esperienza:** organizzazione delle interazioni in modo da generare risultati positivi sul piano emotivo e cognitivo.
- **Empatia e capacità di risposta:** comprensione dei bisogni degli utenti e adattamento delle proprie azioni di conseguenza.

Questi principi si fondano su contributi provenienti dalla psicologia, dalle scienze comportamentali e dagli studi sulla comunicazione.



Fonte: Freepik

3. Storytelling e comunicazione educativa

Lo storytelling è uno strumento fondamentale per attribuire significato alle esperienze e trasmettere conoscenze. Attraverso le narrazioni, le persone riescono a contestualizzare ciò che vivono, creare connessioni emotive e sviluppare modelli mentali utili alla comprensione della realtà.

Le **teorie della comunicazione educativa** evidenziano che le narrazioni:

- aumentano l'attenzione e il coinvolgimento;
- favoriscono la memorizzazione e la comprensione;
- rafforzano l'identità e i valori condivisi;

- creano una connessione emotive con il pubblico.

Indipendentemente dal settore o dall'attività svolta, l'importanza dello storytelling non può essere sottovalutata. Qualunque sia il contesto, la capacità di costruire una narrazione efficace è essenziale. Non si tratta solo di presentare fatti o dettagli tecnici, ma di raccontare una storia che rifletta la propria prospettiva, i propri valori e la propria voce. Una narrazione autentica rende il messaggio più coinvolgente, memorabile e capace di lasciare un impatto duraturo.

4. Progettazione di esperienze inclusive e accessibili

La progettazione inclusiva mira a garantire che esperienze, servizi e attività siano accessibili a persone con abilità, background ed esigenze differenti. Questo approccio si basa sui principi della progettazione universale, degli studi sulla disabilità e dei modelli di **inclusione sociale**.

Tra i principi fondamentali rientrano:

- **Equità d'uso**: l'esperienza deve poter essere utilizzata da tutti in modo equo, senza favorire alcuni utenti a discapito di altri.
- **Flessibilità e adattabilità**: il design deve offrire diverse modalità di partecipazione, consentendo agli utenti di scegliere quella più adatta alle proprie esigenze e preferenze.
- **Informazioni facilmente percepibili**: le informazioni devono essere comunicate attraverso modalità differenti, in modo da essere comprese anche da persone con diverse caratteristiche sensoriali o cognitive.
- **Ridotto sforzo fisico e cognitivo**: le attività devono essere semplici da svolgere e non richiedere un elevato impegno fisico o mentale.

Gli approcci inclusivi favoriscono la partecipazione, riducono le barriere e promuovono una maggiore equità sociale. Inoltre, un'offerta inclusiva aumenta il valore percepito da clienti e utenti, contribuendo a differenziare l'organizzazione rispetto ai concorrenti e a rafforzarne la reputazione.

5. Partenariati locali e collaborazione con la comunità

I partenariati locali si basano sulla **cooperazione tra gli attori della comunità**, come istituzioni, piccole imprese, ONG e autorità locali. La teoria dei partenariati evidenzia alcuni **principi fondamentali**: l'impatto collettivo, in cui più soggetti lavorano verso obiettivi condivisi; la co-creazione, attraverso la quale le comunità contribuiscono direttamente alla definizione delle iniziative; la reciprocità, basata sul beneficio reciproco e sulla responsabilità condivisa; e il rafforzamento delle capacità, che consiste nello sviluppo di competenze, conoscenze e capitale sociale.

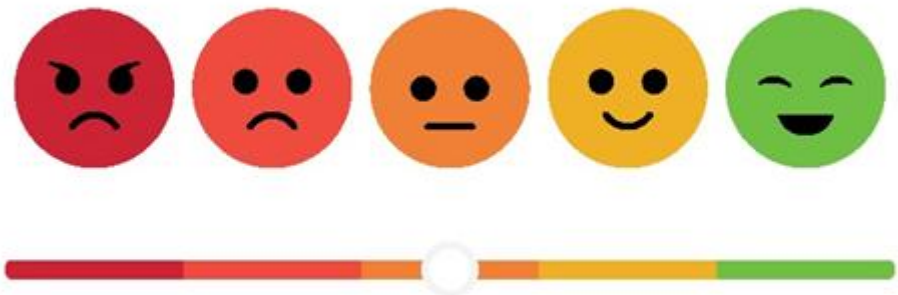
Le collaborazioni locali favoriscono la resilienza, promuovono l'inclusione dei gruppi più vulnerabili e rafforzano le reti sociali. Aiutano inoltre a riconoscere le opportunità presenti nel

territorio e consentono di crescere insieme alla comunità in modo significativo e reciprocamente vantaggioso.

6. Feedback e miglioramento continuo

Le **teorie del miglioramento continuo**, come il modello PDCA (Plan-Do-Check-Act), il pensiero sistemico e la valutazione centrata sull'utente, sottolineano che esperienze di qualità nascono da un processo di perfezionamento continuo. Il **feedback** fornisce informazioni preziose su come gli utenti percepiscono un'esperienza, evidenziando eventuali lacune nei servizi o nella progettazione che potrebbero non essere immediatamente visibili. Aiuta a individuare i bisogni sociali, emotivi e cognitivi che influenzano il comportamento degli utenti e mette in luce nuove aspettative che emergono con il cambiamento dei contesti e delle preferenze.

Allo stesso tempo, il feedback favorisce l'innovazione, indicando nuove possibilità di miglioramento, adattamento e sviluppo creativo. Quando si avvita un'attività, è importante considerare il feedback come un'opportunità e non come una critica. Il feedback consente di comprendere meglio il proprio pubblico, perfezionare il proprio approccio e migliorare continuamente i servizi offerti, contribuendo così al successo e alla sostenibilità nel lungo periodo. La riflessione e la valutazione supportano inoltre l'apprendimento adattivo e l'evoluzione sostenibile delle pratiche.



Source: juicy_fish via Freepik

7. Turismo, senso di appartenenza al territorio e sviluppo locale

Le **teorie sul turismo e sullo sviluppo locale** spiegano come le comunità possano valorizzare le proprie risorse culturali, sociali e ambientali per promuovere il benessere e creare opportunità

economiche. In questo contesto, è importante riconoscere il potenziale turistico del proprio territorio e comprendere quali elementi lo rendono unico rispetto ad altre aree.

È fondamentale rappresentare il proprio territorio in modo autentico e contribuire al suo sviluppo, poiché il valore generato per la comunità si riflette positivamente anche sull'attività stessa. Oggi molti visitatori prestano particolare attenzione alle imprese che promuovono turismo sostenibile e posizionarsi in questa direzione può rappresentare un elemento distintivo.

Rafforzare l'identità del luogo, attraverso la valorizzazione della propria storia, dei propri valori e del contesto culturale, permette di differenziarsi ulteriormente. Inoltre, coinvolgere la comunità nei processi decisionali, raccogliere i suoi contributi e allineare le proprie attività ai bisogni locali contribuisce a rafforzare la fiducia, la rilevanza delle iniziative e il loro impatto positivo nel lungo periodo.