

Le iniziative della cattedra di Organizzazione Aziendale del prof. Massimo Franco

Innovazione, digitalizzazione e lavoro di gruppo: un caso reale in aula

“Studenti, digitalizzazione, innovazione e lavoro di gruppo”. Le idee sono chiare e ruotano tutte attorno a questi quattro concetti chiave. Che, uniti, producono il miglior connubio possibile per un corso universitario: la **fusione di teoria e pratica**. A questi se ne aggiunge un quinto, taciuto dalle parole, ma palese nel trasporto emotivo. **L'entusiasmo**. Il prof. **Massimo Franco**, docente di Organizzazione Aziendale presso il Dipartimento di Scienze Politiche, traccia la rotta per i suoi ragazzi: **“la mia è una didattica partecipativa, oltre allo studio sui libri mi piace sottoporli ad esercitazioni stimolanti, raccogliere testimonianze dirette, imbastire il project work”.** Sullo sfondo c'è un fil rouge che trova il suo cominciamento nelle aule del centro storico e prosegue oltre quelle mura, alla ricerca di un riscontro fattuale di ciò che i manuali recitano e insegnano. **“Il tema che abbiamo scelto per quest'anno accademico è organizzare in tempo di pandemia e come cambiano strutture e processi in seguito al Covid-19”.** E quale miglior modo, se non conoscendo la storia imprenditoriale di una piccola azienda della ristorazione nata lo scorso giugno ad opera di due napoletani doc? Infatti, il prossimo 8 novembre, nell'aula 19 di via Mezzocannone 4 (prenotando un posto tramite Go-In ed esibendo il Green Pass), Franco ospiterà **Alessio Marvaso** e **Luca Vittorio Mazzarella**, giovani imprenditori che hanno dato vita a **‘Cucine Intelligenti’**, la prima **‘Dark Kitchen’** partenopea. Un fenomeno che sta conoscendo buona diffusione in tutta Europa e ruota attorno al delivery: locali dotati di sole cucine, presso i quali, grazie ad app o social, si prenotano pietanze che vengono consegnate direttamente a casa. Una nuova configurazione – proiettata verso il futuro – del settore ristorativo, tramortito dalla pandemia. L'incontro con Alessio, per Franco che lo definisce **“imprenditore nato”**, è stato del tutto casuale: **“Ero nei pressi del loro punto vendita a Mergellina e lo vidi sulla soglia. Incuriosito, gli chiesi di cosa si occupassero e lui iniziò a raccontarmi tutto il meccanismo invisibile che c'era alle spalle. Li mi convinsi di**



doverli portare in aula”. Il motivo è presto detto. **“Questi due ragazzi sono un esempio perfetto di come si concretizzano le proprie idee. La loro testimonianza è molto importante perché i miei studenti devono capire come sfruttare le risorse a disposizione e quanto siano reali le cose che trattiamo. L'iniziativa li chiama a raccolta per ragionarci su e per stimolare la creatività che hanno dentro”.** Ecco il filo rosso – di nuovo – che lega Uni-

versità e prospettiva lavorativa in ambito aziendale: il docente riprende i quattro capisaldi di cui sopra e stabilisce un parallelismo tra il proprio metodo e il progetto di **‘Cucine Intelligenti’**. **“Analizzandolo, ci troviamo innanzitutto il binomio innovazione e digitalizzazione, perché sfruttano la tecnologia per le ordinazioni. Un fattore che pure in aula utilizziamo spesso nella parte di esercitazione, attraverso Kahoot. Si tratta di una piattaforma dove io**

carico domande e gli studenti vi si collegano per rispondere e svolgere dei quiz. Grazie a questo mezzo, da un lato capisco subito chi può avere delle lacune e intervenire in diretta, dall'altro stimolo la loro attenzione perché si genera anche una competizione sana, che li spinge a far meglio”. Stesso discorso per il **lavoro di gruppo**. **“I due imprenditori che ospiteremo lavorano in una brigata, sono chiamati a coesistere e gestire insieme. Con il cosiddetto project work, facciamo lo stesso a lezione”.** Insomma, **“io gli offro la casetta degli attrezzi”**, continua il docente in merito ai propri studenti. Se è vero che spesso si sente consumare nei migliori talk show il tema della transizione tecnologica, l'approccio di Franco, in ambito universitario, ne è sicuro esempio positivo. E su questo, la chiude così: **“Io invecchio ma la mia platea è sempre giovane, mi spinge a far sempre cose diverse e meglio”.**

Claudio Tranchino

Alessio e Luca, fondatori della prima **‘Ghost Kitchen’** campana

Sono appena rientrati da Milano, dove hanno partecipato al **“Theelivery Awards”**, primo contest rivolto al mercato del delivery, con due premi in tasca. Un'attività proiettata verso il futuro nata solo pochi mesi fa a Napoli, in zona Riviera di Chiaia, e tanta fame. Sono i soci – e genitori – di **‘Cucine Intelligenti’**. **Luca Vittorio Mazzarella**, 35 anni, laureato in Scienze della Comunicazione a Madrid, e **Alessio Marvaso**, 34enne da un passato trascorso prima tra i banchi di Giurisprudenza, poi l'interruzione degli studi per dedicarsi **“a qualcosa di estremamente pratico”**, perché **“ne sentivo il bisogno”**. Ad Ateneapoli, il racconto di come e quando è nata la prima **‘Ghost Kitchen’** dell'intero panorama napoletano e campano. **“Noi siamo aperti da giugno 2021, però l'idea ha avuto una gestazione molto più lunga - spiega proprio Alessio - Durante il primo lockdown, abbiamo notato l'esigenza delle persone chiuse in casa, di pietanze che si avvicinasero a quelle di un ristorante. Tutti erano intenti a preparare pane, pizza e pasta, noi abbiamo colto l'occasione per offrire un qualcosa di più smart e speciale, che si può ordinare tramite app, direttamente al nostro WhatsApp o venendo fisicamente**



> Alessio Marvaso



> Luca Vittorio Mazzarella

qui. L'idea di fondo è stata quella di allestire un punto vendita che potesse soddisfare tanto l'esigenza di un cibo tradizionale, come può essere il pollo allo spiedo, e, al tempo stesso, garantire anche la possibilità di provare piatti poco affini alle nostre abitudini culinarie. Il tutto, sempre con uno scopo. Fidelizzare i clienti al punto vendita puntando su cose che ci rendano riconoscibili. Un marketing incentrato alla cura dei dettagli per restare impressi nella mente di chi acquista da noi”. Già, perché sotto il nome di **‘Cucine Intelligenti’**, rintracciabile su instagram così come sui motori di ricerca principali del delivery, sono raccolti ben tre diversi brand: **‘Magna Manga’**, dedicato a prodotti asiatici; **‘Burger Things’**, che richiama la tradizione del panino americano; e **‘Cheesecake Mafia’**, incentrato su dolci presentati in bicchieri di vetro. Ad ispirarli, esperienze simili già presenti da tempo

nella città di Milano, che li hanno spinti a buttarsi anima e corpo su questa fetta di mercato. **“Il modello Ghost Kitchen è diffuso sia al Nord che in Europa. Rapportandoci invece a Campania e Napoli, ci rendiamo conto che è ancora una scommessa, ma è comunque un mondo in crescita se si guardano i dati dell'ultimo anno relativi al delivery nella nostra regione, è evidente. Abbiamo sfruttato il fatto che il cliente sia stato costretto ad ordinare a distanza”.** Ma se è vero che i fondatori sono in due, a completare la squadra ci sono altre otto persone, per un totale di dieci: 6 compongono la giovane brigata, impegnata nel calore della cucina; gli altri quattro si dedicano a marketing, promozione e gestione. E a quanto pare, nessuno di loro sembra sazio: **“per il futuro immediato stiamo progettando di aprire una nuova struttura. Una sorta di baretto dove chi si siede potrà gustare i nostri piatti”**, conclude Alessio.