

Constellation Brands: 1,75 mln per la ristorazione

scritto da Emanuele Fiorio | 13 Aprile 2021



[Constellation Brands Inc.](#), azienda leader nel settore delle bevande alcoliche, in collaborazione con alcuni dei suoi marchi iconici di birra, vino e distillati, ha annunciato oggi un impegno globale di **1,75 milioni di dollari** per sostenere la [National Restaurant Association Educational Foundation](#) (NRAEF) e il lancio della campagna “[Restaurants Advance](#)”.

Come riporta [Wine Business](#), l’impegno rappresenta una collaborazione pluriennale con la NRAEF per **ricostruire l’industria della ristorazione e creare opportunità** per i lavoratori della ristorazione di ogni provenienza.

Secondo la NRAEF, il settore della ristorazione ha chiuso il 2020 con quasi **2,5 milioni di posti di lavoro in meno rispetto ai livelli pre-COVID-19**. Il contributo collettivo di Constellation – che include il sostegno di brands come Corona, SVEDKA Vodka e Meiomi – andrà a sostenere i programmi di NRAEF dedicati al reclutamento di dipendenti per aiutare a ricostruire la forza lavoro del settore della ristorazione.

“Molti dei nostri partners rivenditori, in particolare i ristoranti locali e i loro dipendenti, sono stati significativamente colpiti da questo terribile virus”, ha detto **Bill Newlands**, presidente e amministratore delegato di Constellation Brands. “Siamo orgogliosi di collaborare con NRAEF e giocare un ruolo nell’aiutare a ricostruire l’industria, crediamo che questo processo debba iniziare dalle persone che rappresentano la spina dorsale. La nostra speranza non è solo quella di aiutare a **ricostruire la forza lavoro del settore** con professionisti di talento, ma anche di contribuire a portare sicurezza finanziaria attraverso **maggiori opportunità di lavoro** per le migliaia che sono stati colpiti finanziariamente dalla pandemia”.

Nel **marzo 2020**, **Constellation** e diversi dei suoi marchi di punta hanno contribuito con **oltre 1 milione di dollari al [Restaurant Employee Relief Fund](#) di NRAEF**, che ha raccolto più di 21,5 milioni di dollari e ha aiutato oltre 43.000 lavoratori della ristorazione colpiti finanziariamente dalla pandemia COVID-19.

“Constellation Brands ha fatto un passo avanti all’inizio della pandemia e ci ha aiutato a fornire l’assistenza tanto necessaria per i lavoratori dei ristoranti attraverso il nostro Restaurant Employee Relief Fund, siamo entusiasti di avere il loro sostegno ancora una volta”, ha dichiarato **Rob Gifford**, presidente di NRAEF. “Abbiamo molto lavoro da fare ma questa donazione sostanziale aiuterà a ricostruire l’industria e a sostenere il nostro lavoro per garantire nuove opportunità”.

Lavorando insieme a Multicultural Foodservice & Hospitality Alliance (MFHA) – organizzazione partner – **la campagna “Restaurants Advance” di NRAEF** sosterrà gli sforzi di recupero concentrandosi:

- su investimenti in iniziative per attrarre talenti nel settore;
- far progredire lo sviluppo delle carriere;
- aumentare l'equità per i lavoratori della ristorazione;
- assistere nella creazione di piccole imprese.

“I nostri marchi e la nostra azienda hanno una lunga storia di ricaduta positiva sulle comunità in cui viviamo e lavoriamo”, ha sottolineato **Mike McGrew**, responsabile della sostenibilità sociale di Constellation. **“Questi ristoranti e i loro dipendenti sono vitali non solo per il nostro business, ma per le nostre comunità in tutto il paese. Siamo impegnati a fare la nostra parte per sostenerli a lungo termine”.**

NRAEF rappresenta il settore non-profit della National Restaurant Association e ha una lunga storia di sostegno alla comunità di ristoranti, bar, hospitality e servizi alimentari. **I programmi di NRAEF includono:**

- la preparazione degli studenti delle scuole superiori per i lavori e le carriere nei ristoranti;
- l'offerta di borse di studio a chiunque costruisca un futuro nei ristoranti;
- l'aiuto alla transizione dei militari nel settore;
- la fornitura di apprendistati e la costruzione di percorsi di indipendenza per gli individui ex-carcerati attraverso la formazione professionale e il mentoring.

Questo è un **esempio lampante di come una azienda privata possa farsi carico di esigenze e istanze sociali**, investendo sulla sostenibilità sociale ed economica di un comparto e di intere comunità. Trovo che sia un modello paradigmatico che dimostra non solo un *modus operandi* ma anche una *forma mentis* che

spesso non è riscontrabile nelle scelte di investimento della dirigenza delle maggiori aziende italiane. La capacità di determinare la realtà attraverso scelte forti e precise sembra mancare in un **Paese come il nostro, in cui il settore privato non ha la forza e la capacità di determinare cambiamenti sociali ed influenzare radicalmente il mercato del lavoro,** apparendo intrinsecamente dipendente da aiuti esterni, europei o statali che siano. La pandemia ha reso questo aspetto ancor più lapalissiano.