

Planeta: come destagionalizzare il lavoro? Attraverso diversificazione produttiva ed enoturismo

scritto da Emanuele Fiorio | 30 Novembre 2023



Il reperimento della manodopera, il lavoro da remoto, l'importanza della formazione, l'inclusività, le figure professionali più ricercate, il dialogo e lo scambio tra mondo accademico e produttivo, le sfide della stagionalità in termini di gestione delle risorse umane. **Alessio Planeta**, amministratore delegato e responsabile tecnico delle [Aziende Agricole Planeta](#), ha condiviso con noi la sua visione, toccando tutti questi aspetti legati fortemente all'attualità e centrali nella gestione delle risorse umane all'interno delle aziende vitivinicole. Una **preziosa testimonianza realizzata nell'ambito del progetto** ["Amorim Wine Vision"](#).

In base alla sua esperienza, attualmente quali sono le principali sfide legate all'occupazione nel settore vitivinicolo?

Siamo una azienda che opera in Sicilia un territorio in cui, fino a poco tempo fa, c'era un eccesso di domanda di lavoro al contrario di altre zone vitivinicole d'Italia. Ora questa situazione si è equilibrata, **il reperimento della manodopera durante i momenti chiave della stagione è diventato più complesso.**

L'altra sfida per noi più importante riguarda lo smart working. Prima della pandemia alla propria forza lavoro, anche alle figure dedicate al marketing o alle vendite, si richiedeva sempre di presenziare fisicamente in Sicilia. Questa poteva essere una difficoltà perché avere una persona che segue il mercato tedesco o asiatico in Sicilia è complicato e dispendioso. **Oggi si possono seguire figure a distanza in maniera più agile e facile.**

In sintesi il primo aspetto che riguarda il reperimento della manodopera è divenuto un po' più complesso mentre il secondo, quello legato alla gestione del lavoro da remoto, è divenuto più semplice.

Qual è la sua visione in relazione alla creazione di percorsi formativi coerenti con le esigenze delle aziende e le rapide evoluzioni dei mercati?

Siamo sempre stati molto attenti alla formazione, l'area tecnica usufruisce di consulenti esterni che hanno lo scopo di formare e di aggiornare il team tecnico in ambito enologico, viticolturale e gestionale.

Formiamo le nostre risorse attraverso consulenze, viaggi di istruzione e corsi ad hoc. Chiaramente siamo una azienda agricola, non siamo una high-tech, quindi abbiamo dinamiche non troppo complesse ma definite in base alle nostre esigenze.

Ritiene che le iniziative e le politiche aziendali volte a promuovere la diversità e l'inclusione possano essere realizzabili e utili nel settore vitivinicolo o rimangano spesso buone intenzioni poco attuabili?

Le aziende vinicole sono piccole avanguardie ma sono anche legate a riti tradizionali del passato. Alle volte si sviluppano in territori che sono isolati e rurali ma quando incrociano la possibilità di aprirsi e accogliere le diversità, sono assolutamente ben disposte. È chiaro che per le aziende agricole queste possibilità sono meno frequenti per una questione geografica più che per scelte gestionali.

Ma quando questi percorsi sono attuabili, siamo attenti e disponibili all'inclusività.

Secondo lei quali sono le principali lacune dell'attuale offerta formativa nell'ambito vitienologico?

Nel nostro settore avviene ciò che avviene anche in altri settori, non mancano figure amministrative, tecniche (enologi, agronomi), legate al marketing o alle vendite perché le università ne sfornano più di quello che il mercato richiede. **Ciò che manca sempre di più sono operai specializzati come i potatori professionali o i trattoristi. Questa è una criticità non da poco.**

Quali potrebbero essere delle soluzioni efficaci per promuovere un miglior equilibrio tra domanda e offerta di lavoro nel settore?

Un aspetto fondamentale riguarda la collaborazione tra gli enti di formazione ed il tessuto produttivo. Io facevo parte di un gruppo di consulenza che collaborava con l'Università di Pollenzo per creare una offerta formativa adeguata ai bisogni della compagine produttiva.

Il mondo del lavoro non è statico, è in costante evoluzione. Se l'obiettivo è creare nuove energie, è necessario tenere le orecchie aperte sul mondo del lavoro. **Bisognerebbe creare dei**

tavoli aperti tra le università ed il mondo delle imprese.

Poi è chiaro che la formazione riguarda la dimensione culturale non solo quella pragmatica e lavorativa, quindi sta al sistema universitario ascoltare o meno le istanze delle imprese. **Ma credo bisognerebbe sviluppare maggiormente il dialogo e lo scambio tra mondo accademico e produttivo.**

Quali strategie adottate per mantenere un ambiente di lavoro positivo e motivante per i vostri dipendenti?

Sottolineerei due aspetti, il primo riguarda il fatto che siamo una azienda familiare operativa al 100% in azienda con **ruoli non esclusivamente gestionali e apicali ma anche operativi.** Questo è un aspetto molto importante ed ha una certa influenza nella motivazione dei collaboratori.

Il secondo aspetto riguarda la **qualità dei luoghi di lavoro,** la cura del dettaglio con cui, ad esempio, abbiamo creato nuovi uffici per il marketing con vetrate aperte sugli uliveti. Questo garantisce un equilibrio ed una armonia che favorisce il benessere dei collaboratori.

Come affrontate la sfida della stagionalità nell'industria vinicola in termini di gestione delle risorse umane?

Questo è un aspetto fondamentale non si può partire dal presupposto che le persone, soprattutto in un territorio omogeneo dal punto di vista produttivo come il nostro, abbiano la possibilità di trovare sempre alternative. Non si costruisce nulla se non si ha continuità.

Per destagionalizzare il lavoro e garantire questa continuità abbiamo deciso di non essere una azienda monoculturale ma di **diversificare la produzione attraverso l'implementazione dell'olivicoltura, della mandorlicoltura e dell'enoturismo.** Questo permette anche di professionalizzare le persone ed essere più competitivi a livello globale.

Intervista realizzata grazie alla partnership con [Amorim Cork Italia](#) nell'ambito del progetto "[Amorim Wine Vision](#)", un network di pensiero su tematiche tecniche e di attualità legate al mondo del vino, al centro del quale emergono le visioni originali di imprenditori, manager ed esperti, veri protagonisti dell'iniziativa.