

Ibrido è bello

scritto da Lavinia Furlani | 5 Novembre 2018



In natura, tutto ciò che si evolve subisce dei cambiamenti, assumendo talvolta delle caratteristiche tipiche di altre specie. Cosa possiamo imparare da questo? Sicuramente che è possibile guardare con curiosità tutto ciò che si pone come “diverso” dalle nostre consuetudini, personali, ma soprattutto professionali e, perché no, prendere anche spunti da settori notoriamente distanti da quelli in cui operiamo abitualmente.

Anche l’imprenditoria italiana è chiamata a confrontarsi con i rilevanti cambiamenti che la pongono sempre più in dialogo con altri saperi e linguaggi disciplinari, creando cooperazioni tra professionisti con molteplici approcci e background formativi e professionali.

Nel mondo del vino si tenta già da tempo di stimolare l’incontro tra realtà imprenditoriali e territorio, o tra vino e discipline artistiche, ma cosa succederebbe se, a livello aziendale, cominciassero a crearsi delle contaminazioni di competenze diverse fra i manager, favorendo anche “l’innesto” di skills provenienti da altri settori professionali?

Il mondo del vino è piuttosto chiuso e spesso il livello medio di professionalità dei manager è più basso rispetto ad altri settori. Non sempre la conoscenza dei prodotti e dei mercati compensano determinate lacune. Aprirsi a influenze professionali provenienti da altri ambiti, potrebbe quindi procurare non pochi vantaggi.

Costruire nuovi modelli, innovare, promuovere collaborazioni, fare business attivando sinergie nuove: è possibile nel settore vinicolo o resta ancora un miraggio, quindi? Alcune aziende stanno già muovendo i primi passi verso questa “contaminazione”, scegliendo profili manageriali a volte distanti dal mondo vinicolo in senso lato. Non sempre l’inserimento è semplice e di successo, perché manca appunto una consuetudine all’apertura e al confronto con ciò che è “altro”. La risposta che imprenditori e manager hanno sempre pronta è: “nel mondo del vino non funziona così”!

Secondo noi, esistono comunque dei modi efficaci per stimolare questa “ibridazione” e per trasformare la cultura interna delle nostre belle aziende vitivinicole, eccone alcuni:

- Offrire gli strumenti per sviluppare la creatività dei collaboratori, mettendo a disposizione dei membri dell’azienda i mezzi per rendere più proficue le riunioni di confronto e brainstorming, valorizzando le conoscenze e le competenze complessive del personale.
- Favorire una comunicazione aperta, affinché ci sia sempre un libero scambio di idee e sia facile la collaborazione tra le diverse aree dell’azienda. In questo modo si può migliorare il flusso di informazioni per incoraggiare lo sviluppo di competenze trasversali alle varie aree aziendali.
- Promuovere confronti aperti, nei quali i collaboratori possano esprimere le loro idee, sentirsi presi in considerazione e coinvolti nelle scelte aziendali. – – –
- Riconoscere in maniera adeguata “le idee vincenti”, può essere un incentivo ulteriore.
- Creare un ambiente lavorativo stimolante. Un ambiente di

lavoro monotono e piatto non è certo fonte di ispirazione per nessuno! La possibilità di avere un ambiente lavorativo che sia anche una fonte di ispirazione, grazie alle innovazioni tecnologiche ad esempio, ma anche agli spunti offerti dalla libera circolazione delle idee fra collaboratori, è senz'altro un valore aggiunto.

L'obiettivo quindi, è quello di strutturarsi per assorbire conoscenze e tecnologie dall'esterno, per valorizzare al meglio il proprio portafoglio di servizi. Molte routine che funzionavano in un contesto di processi aziendali chiusi, cessano di essere adatte: nella gestione di collaborazioni, nella contabilità e nell'amministrazione, nel marketing e nelle vendite, nello sviluppo di nuovi prodotti.

Tutto questo serve a ricombinare e integrare efficacemente il know-how, favorendo la flessibilità di ingresso in nuovi mercati e incrementando la capacità di inserirsi in nuove traiettorie commerciali. Per le imprese medio piccole può essere una sfida, ma è l'unica via per consentire un adattamento ai nuovi mercati, sempre più aperti e tecnologici.

Noi di WinePeople abbiamo scommesso in tempi non sospetti sulla necessità di queste contaminazioni, pur consapevoli del fatto che talvolta questi processi di integrazione segnano delle vere rotture con i vecchi sistemi aziendali. Un modello di business troppo aperto potrebbe portare inoltre alla dispersione di energie e risorse, ma grazie ad una solida cultura organizzativa interna, permeata da valori condivisi, da forte motivazione e da un linguaggio comune, i manager possono esprimere al meglio le possibili applicazioni commerciali e gestionali, nate da influenze inusuali per il settore vinicolo.