

L'epoca delle contaminazioni

scritto da Noemi Mengo | 18 Ottobre 2019



Non fatevi ingannare dal titolo, tanto aperto ad interpretazioni da essere frainteso: in questo articolo non si parla né di prodotti, né di processi chimici industriali, bensì di uno fra i temi che (e chi ci legge lo sa bene) ci stanno più a cuore: **le risorse umane**.

L'epoca delle contaminazioni è quell'era del mondo del lavoro in cui il settore vitivinicolo si sta sempre più addentrando, un periodo storico che ha davvero bisogno di risorse umane, non solo provenienti dal mondo dell'enologia e dell'agricoltura, ma anche da altre, a volte impensabili, aree di mercato. È stato proprio questo il nucleo dell'intervento del Direttore **Fabio Piccoli** ad un seminario dal titolo "*Il vino cambia: nuove professioni per un futuro più green*", proprio ieri, ad **Univerò, il Festival del Placement** organizzato dall'**Università**

degli Studi di Verona, dove sono intervenuti in convegno anche **Luca Sartori**, CEO di Casa Vinicola Sartori ed i Professori **Maurizio Ugliano**, del Dipartimento di Enologia, moderatore del convegno, e **Diego Begalli**, del Dipartimento di Economia dell'ateneo veronese.

Univerò si conferma, alla sua quinta edizione, un'occasione utile per avvicinare il mondo della formazione universitaria al complesso cosmo del lavoro nelle aziende italiane. Si è parlato, in particolare, di quelle vinicole, oggi in grande evoluzione rispetto a dieci, venti anni fa, ed in una situazione nella quale, all'atto di vendita di un prodotto all'interno del mare di offerta oggi disponibile, la vera differenza la fanno le risorse umane, giovani, preparate e disposte a comprendere che ad un lavoro soddisfacente corrisponde una mente molto più aperta alle sfide, rispetto al passato.

Sono le parole di Fabio Piccoli che sottolinea poi: "Il mondo del vino offre opportunità interessanti, siamo dei privilegiati, certo, perché ci occupiamo di un prodotto che genera piacevolezza, positività, condivisione, ma che resta un prodotto economico e ha regole ben precise. Il mondo del vino ha subito rivoluzioni impressionanti, e ha rotto alcuni schemi prima bel saldi. Tra gli esempi, oggi non esiste più la situazione in cui un produttore da solo, con l'aiuto dei familiari, può fare tutto in azienda, e per i giovani in ascolto è un messaggio positivo. Per entrare nel mondo del vino ci vuole intuito, sicuramente, ma non è più sufficiente. Le professionalità e le competenze hanno assunto rilievo fondamentale e caratterizzeranno i prossimi 20 anni, dove si parlerà di qualificazione di risorse umane e non più solo di prodotto."

Ad oggi sono, solo in Italia, **46.000 le aziende vinificatrici, e circa il 70% di esse ha bisogno di risorse umane**. Dall'osservatorio di Wine Meridian, che si pone al fianco delle aziende, cogliendone i principali bisogni, sono tanti gli ambiti richiesti, ma in particolare quelli legati alle aree commerciali, si richiedono figure che siano in grado di

vendere e comunicare, ma non solo. Con la pesante burocrazia che all'alba del 2020 ancora ci colpisce, le aree amministrative sono oggi di un'importanza prima impensabile. Ogni mercato ha le proprie regole e i propri meccanismi di importazione delle merci, se quindi pensiamo a quanti mercati considera nel proprio portfolio la media delle aziende italiane, viene facile immaginare la mole di documentazione a cui è costretta a prestare attenzione un'impresa del settore.

A sostenere l'importanza dei giovani nel comparto, anche **Luca Sartori**, che, rivolgendosi ai ragazzi in aula, ha affermato: "Dovete essere preparati, appassionati per entrare in questo mondo. Le dicerie che il mondo del vino ora vada di moda non vanno ascoltate, non basta essere italiani e andare all'estero per avere successo, oggi l'ambiente competitivo è assolutamente spietato. Ma cosa ci differenzia dagli altri? La qualità e l'occasione di poter raccontare una storia differenziata. Per farlo ci vogliono le competenze, ma non solo, l'aspetto emozionale è fondamentale, e se ce l'avete, lo sentite dentro di voi."

Si è parlato poi di sostenibilità, di **green economy**, un tema che oggi riempie le testate dei giornali ma che, per molti consumatori, crea ancora confusione.

Come si comunicano eventuali iniziative sostenibili nella maniera corretta? **Un "problemaccio" secondo Begalli**. "Non è ancora ben decodificato il tema del green a livello del consumatore finale. Abbiamo una domanda molto articolata e frammentata, ragionando in termini di percepito della sostenibilità e come questa viene identificata dall'utente finale attraverso l'associazione ai marchi aziendali." Ha dichiarato.

Perché tanta confusione?

Ha concluso Fabio Piccoli, con qualche riflessione: "Sappiamo al 100% che il futuro del vino sarà sostenibile, ma non sappiamo ancora come. L'anno scorso abbiamo superato i 105 mila ettari di vigneti bio, 90 mila ettari già certificati e

15 mila circa in conversione. Sulla percezione dell'utente finale, però, restiamo in una zona nebulosa. Ci sono mercati con grande dinamismo sul biologico però, a detta di tutte le indagini, quando viene chiesto al consumatore cosa è sostenibile per lui, ci sono almeno una ventina di interpretazioni diverse".

Sono stati toccati dei temi delicati, ma è stato diffuso in aula anche un grande spirito di incoraggiamento. I presenti sono stati coinvolti in un dialogo aperto, lo hanno infatti dimostrato le varie domande dei ragazzi durante la sessione.

Ciò che ci rimane è, quindi, un messaggio positivo. Giovani, il mondo del vino non ha quasi più voce per gridarlo: ora più che mai, c'è bisogno di voi!