Prepararsi alla ripresa: la gestione del capitale umano

scritto da Astrid Panizza | 26 Maggio 2020



Il **webinar** operativo di **Wine Meridian**, ovvero la nostra **officina online** per il **Rinascimento italiano**, fucina di idee e di concrete soluzioni, ha offerto anche ieri non solo contenuti, ma soprattutto tanti **pratici suggerimenti** assieme a massimi esperti del settore vinicolo.
In questo secondo appuntamento, dove si è parlato di avviamento per il settore vitivinicolo verso una ripresa post Covid-19 i temi si sono susseguiti tra **decisioni aziendali, enoturismo** e **gestione delle risorse umane**.
Già da un primo **sondaggio** tra i partecipanti del webinar, uno degli **investimenti** che prevederà gli importi più consistenti da parte delle aziende sarà, per la maggioranza, proprio dedicato alle **risorse umane**. Ne abbiamo parlato assieme ad Andrea Pozzan, fondatore di WinePeople.

L'organico delle aziende è il fulcro del buono (o cattivo) funzionamento di un'azienda. Se, infatti, chi lavora si sente

motivato al **raggiungimento di un obiettivo**, svolgerà la sua mansione con grinta e ricevendo soddisfazione. È questa la sfida che tutti i manager e i titolari d'azienda dovrebbero porsi per **far funzionare al meglio** la propria realtà.
Tutti quanti però amano dire che le risorse umane siano al centro delle proprie preoccupazioni, ma quando arriva il momento di investire in questo settore molti si tirano indietro o si dimostrano riluttanti all'idea di spendere denaro nella formazione del personale.

Il capitale umano delle aziende, lo abbiamo paragonato alla storia di **Cenerentola** in cui il **Re** è paragonato al **Mercato**, che organizzando i suoi **Gran Galà** di ballo (ovvero, nella vita reale, i **business events**), cerca di far incontrare al giovane e scostante **Principe** (il potenziale **cliente**) le migliori aspiranti **Principesse** del regno (nel nostro caso, i **manager** delle aziende vinicole).

Il ruolo della **Matrigna** rispecchia, invece, **chi detiene il potere** e sceglie quest'occasione per sistemare una volta per tutte una delle sue figlie, **Genoveffa e Anastasia** (che rappresentano le **persone sbagliate nel posto giusto**, non certo per merito). Le due sorellastre sono quindi quelle che vengono inviate al Gran Galà, mentre la laboriosa **Cenerentola** (che invece rappresenta le **persone giuste ma spesso poco valorizzate**), rimane a casa ad occuparsi delle faccende domestiche.

Non dimentichiamoci però che Cenerentola aveva **tre grandi alleati**, ovvero la forza del **sogno** (la vera **motivazione**), gli **amici topini** (il **team** che la incoraggia e sostiene) e la **Fata Madrina** (che fa magie col poco che ha e rappresenta **chi ha a cuore i talenti** in azienda). Tutti loro riescono a far arrivare Cenerentola al Gran Ballo dove riesce a giocarsi il tutto per tutto pur dovendo scomparire prima del brindisi finale. Questo momento, nella vita reale è rappresentato dalla **scadenza del contratto**, molto spesso a termine.
A questo punto però, grazie alla danza della vendita, il

Principe capisce chi davvero ha talento e manda il suo fidato **Consigliere**, che nella nostra favola ci piacerebbe pensare essere noi di **WinePeople**, i **talent scout** o i **recruiters** che vanno alla ricerca delle persone giuste da presentare alle aziende. Questa figura ha bisogno di capire chi è la ragazza giusta, e si aiuta con il **metodo della "scarpetta"**, un metodo oggettivo: se calza è quella giusta, altrimenti no. In questa maniera avviene la chiara e trasparente **definizione delle competenz**e che svela l'inganno delle sorellastre e premia finalmente la persona laboriosa che ha le caratteristiche giuste.

Ovviamente noi non viviamo in una favola. È meglio quindi tenere in mente che le **risorse umane** rappresentano uno dei pochi fattori per uscire da questa crisi che è completamente **in mano nostra**. Non è controllato da noi, infatti, il credito dei clienti o l'andamento del mercato, così come non sappiamo come andrà la vendemmia, ma è da noi gestito il settore delle risorse umane. E' quindi auspicabile premiare chi se lo merita, azione che può essere una risposta positiva alle sfide di ogni azienda.

È per questo che è nato **WinePeople**, con **l'obiettivo** di portare **al centro del business del vino le risorse umane**. Possiamo farlo solo unendo la grande conoscenza del mondo del vino di Wine Meridian, con l'expertise nel settore delle Risorse Umane di Competenze in Rete.
Lavoriamo infatti da anni assieme, per **aiutare** le **aziende vinicole** nella **gestione dei talenti** attraverso un canale di **formazione** (**Wine People Campus** e le iniziative di Wine Meridian), con la **selezione di personale** (**WinePeople Talen**t) e con **progetti su misura per le singole aziende** (Team Building, assessment e consulenza per la valorizzazione dei talenti).

Cenerentola è una bella storia e piacerebbe anche a noi poter terminare con un **"E vissero felici e contenti…"** nella vita reale . Siamo certi, quindi, che parte fondante del Rinascimento del vino italiano sia proprio il fatto che

possiate dare **primaria importanza agli uomini e alle donne che lavorano nelle aziende valorizzandoli al meglio** e **introducendo nuove energie** in modo da accrescere le competenze e l’immagine del vostro brand.