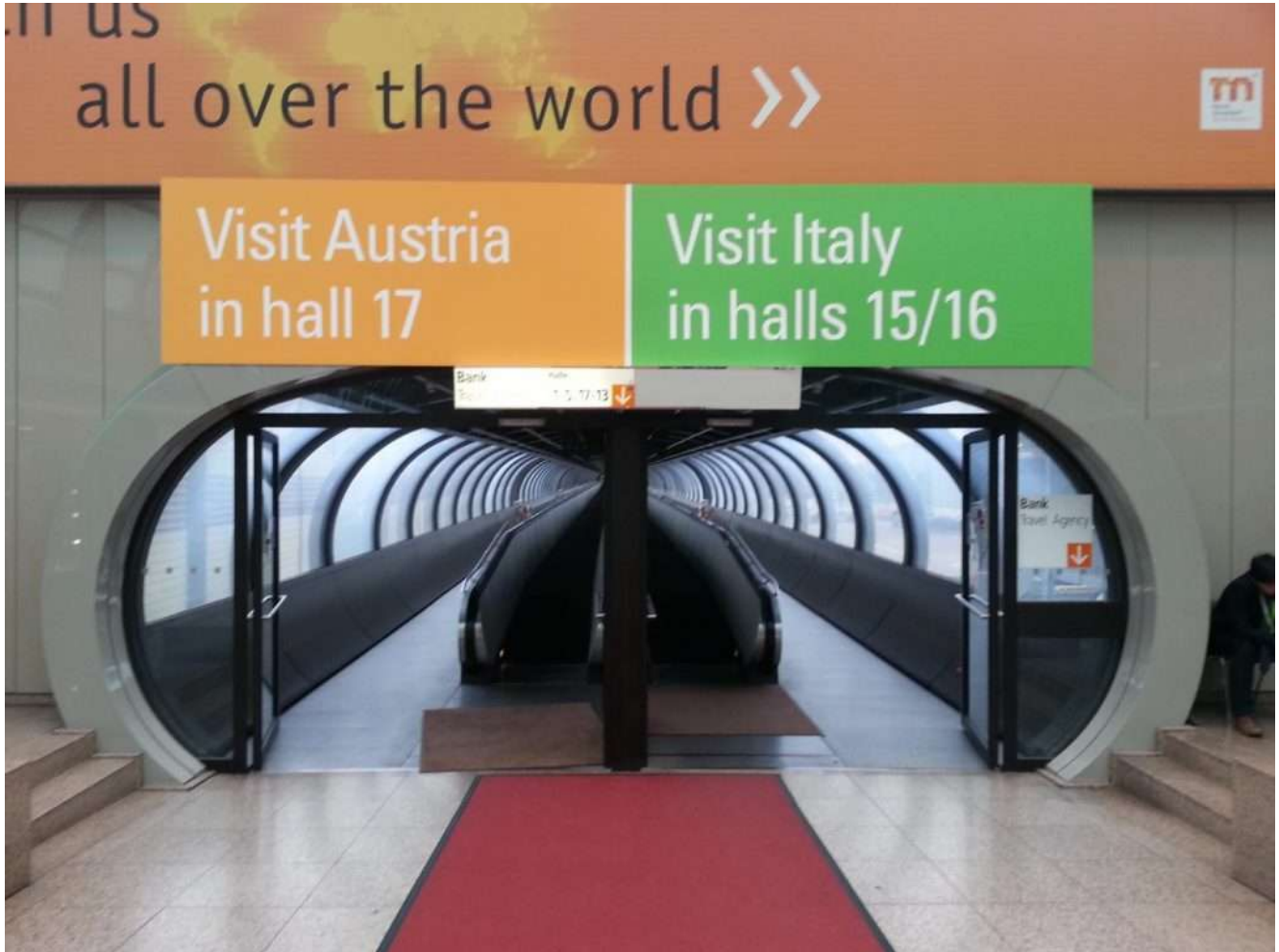


Prowein e la centralità delle risorse umane

scritto da Lavinia Furlani | 22 Marzo 2017



Ci ha fatto molto piacere che molti dei nostri lettori, con cui ci siamo confrontati anche durante questi giorni di Prowein, ci abbiano riconosciuto di aver messo al centro della nostra visione di export, non solo gli aspetti economici ma anche la centralità delle risorse umane. Da anni evidenziamo il ruolo centrale delle risorse umane nello sviluppo delle nostre imprese del vino.

Finalmente possiamo affermare che le aziende stanno percependo l'importanza di aumentare le proprie competenze e vedono nella conoscenza un fattore veramente strategico. Vi sono poi sempre più giovani (ma anche meno giovani) che comprendono che solo attraverso la loro crescita professionale potranno dare un

contributo utile al nostro sistema vitienologico.

Ma c'è un denominatore comune che anche in questi giorni ci è balzato agli occhi: a prescindere della tua dimensione aziendale e del tuo prodotto, sul mercato devi necessariamente essere riconoscibile e in questo il fattore umano ha uno straordinario ruolo e potenziale. Noi stessi, visitando i padiglioni internazionali dove non conosceamo prodotti o produttori, ci siamo fermati laddove abbiamo trovato quello che possiamo definire un "manager della riconoscibilità". Persone realmente disponibili al dialogo, alla relazione e con l'autentica voglia di conoscere persone nuove.

Infatti se c'è una costante che tutt'oggi appare una peculiarità del mercato del vino (a prescindere dalla dimensione aziendale e dal target distributivo di riferimento) è quella della "relazione". Il vino si vende attraverso una costante, assidua, pianificata azione di costruzione di "relazioni" e in questo il ruolo della risorsa umana è assolutamente insostituibile.

Ogni tua azione può essere in grado di rendere visibile, unica e riconoscibile la tua azienda e i tuoi prodotti.

La riconoscibilità, quindi, si può costruire solo attraverso una crescita di professionalità e imprenditorialità. L'intuito può rappresentare solo un valore aggiunto ma non l'unica dote sufficiente per far funzionare le aziende, per renderle competitive.

Per questo investire in manager della riconoscibilità significa investire nel nostro futuro, investire nella competenza nostra e dei nostri collaboratori.

Quando qualcuno ci chiede come mai siamo così attenti al tema della formazione e delle risorse umane nel mondo del vino, rispondiamo che ognuno di noi è come un campo da coltivare. Avete provato a lasciare le vostre vigne senza cura per lungo tempo?

Le risorse umane, infatti, sono la materia che necessita in assoluto di essere maneggiata con la miglior cura. Il futuro

del successo del vino italiano passa da qui.