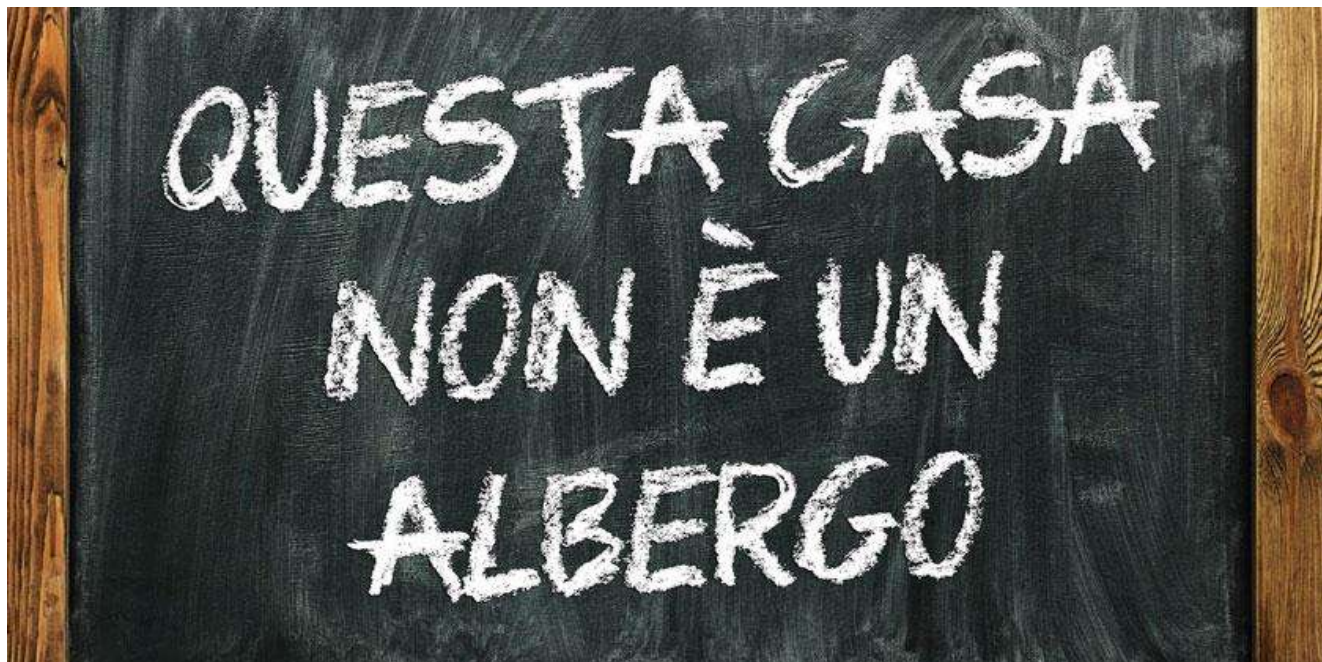


Questa cantina non è un albergo! O sì?

scritto da Andrea Pozzan | 29 Gennaio 2019



Pullman delle gite organizzate dall'INPS di fantozziana memoria che parcheggiano davanti alla cantina e sbarcano centinaia di pensionati desiderosi di bere più che di assaggiare e degustare, che chiedono pan biscotto e salame e poi se ne vanno come le locuste, senza aver comprato neanche una bottiglia da 375!

Il fondatore dell'Azienda vinicola Torre Eburnea si risveglia tutto sudato a causa di quel maledetto sogno ricorrente che lo tormenta. Tutti i suoi colleghi imprenditori hanno investito molto nell'accoglienza, costruendo percorsi tra vigna e cantina che si chiudono nel Wine-Shop interno, dove gli ospiti possono degustare i vini dopo essere stati immersi nella storia e nella cultura del luogo e della famiglia proprietaria. Ma lui non ci crede a questa moda e non intende proprio aprire le porte della sua cantina alla massa dei beoni, che nulla capiscono del lavoro di chi ogni giorno deve sudarsi ogni centilitro di qualità.

Non sappiamo se davvero c'è qualche titolare d'impresa vitivinicola che ancora la pensi così. Sospettiamo di sì ma ovviamente non è di questa minoranza che ci vogliamo occupare;

ci interessa invece parlare di una figura professionale che si è guadagnata un ruolo importante nelle aziende vitivinicole di tutto il mondo: l'Hospitality Manager.

Come esperti delle Risorse Umane, siamo abituati a definire innanzitutto lo scopo di una determinata funzione aziendale. Bene, possiamo dire che l'obiettivo primario dell'Hospitality Manager è quello di sviluppare e organizzare le attività di Incoming all'interno dell'azienda, puntando ad attrarre sia i clienti del trade sia i consumatori finali che possono essere in linea con il target dell'azienda.

Attraverso la visita alla cantina e alle vigne, il cliente, che magari conosce il prodotto solo attraverso il vino già imbottigliato e ben etichettato, può infatti immergersi in quelle atmosfere che contraddistinguono il settore enologico e venire a contatto con la vera identità dell'azienda vinicola. Questa attività ha infatti un duplice effetto positivo: da un lato orienta e alimenta in modo efficace la percezione del Brand da parte di tutta la filiera commerciale, dal trade al consumatore finale, dall'altra contribuisce in modo esponenziale alla crescita del fatturato dei punti vendita interni, soprattutto laddove sono stati impostati come veri e propri Wine Shop.

Da questa descrizione un po' da manuale si ricava comunque un'indicazione fondamentale: la vera priorità dell'Hospitality Manager è quella di raggiungere solo il target giusto di clientela, attraendolo in cantina con attività mirate di degustazione, eventi o visite guidate "a tema". È insomma una sorta di Ufficio Turistico dell'azienda, ed è per questo che molti dei professionisti che oggi operano nelle aziende vitivinicole con il ruolo di Hospitality Manager provengono da precedenti esperienze nel campo turistico. Il vero punto cardine di questa figura professionale è infatti la conoscenza e l'intercettazione dei meccanismi che regolano i flussi turistici, in particolar modo quelli legati al turismo enogastronomico, alle agenzie e ai Tour Operators stranieri. L'utilizzo e la conoscenza del Travel Management sul Web è quindi una prerogativa essenziale, come lo è la conoscenza fluente delle lingue straniere, prime tra tutte l'inglese e il tedesco, e quell'innato senso dell'accoglienza che il job title espressamente richiama.

Poiché all'Hospitality Manager compete anche l'organizzazione

di eventi in sede, come serate di degustazione e cene a tema, tra i requisiti-chiave dobbiamo inserire anche consolidate doti comunicative e buone basi di conoscenza enologica.

Descritto così, sembra un lavoro da favola, ma ovviamente c'è sempre il rovescio della medaglia: gran parte degli eventi si svolge di sera o durante i week-end. Sebbene ci sia una certa stagionalità nel fenomeno, è chiaro che agli Hospitality Manager è richiesta una grande flessibilità e disponibilità a lavorare al di fuori dei tipici orari di lavoro, e questo non sempre si concilia con le esigenze della vita privata e familiare. Considerando il fatto che la maggior parte degli H.M. sono donne, il problema dei percorsi di carriera in questa posizione andrà prima o poi analizzato e affrontato, in modo da consentire a queste persone di crescere e fare "carriera", senza per questo essere costretti a compromettere la sfera privata della loro vita.

Come si può intuire, quello dell'Hospitality Manager non è un lavoro che si può improvvisare: noi di WinePeople riserviamo una particolare attenzione alla mappatura di queste figure già presenti nel mercato e contribuiamo alla loro crescita attraverso i nostri percorsi formativi sulla vendita del vino. In Italia non siamo ai livelli della Napa Valley o della Guinness in Irlanda, ma il fenomeno è in costante evoluzione e siamo certi che prima o poi anche il titolare dell'azienda Torre Eburnea ci chiamerà per saperne di più "di questi tizi che ti portano i clienti in cantina"!