

Ricambio generazionale: attrarre i giovani in vigna

Agosto 26, 2024 · Redazione



Il settore agricolo rischia di non riuscire a garantire il necessario ricambio generazionale, mettendo a repentaglio la continuità delle aziende. Le decisioni sono ancora nelle mani di una generazione del passato, che necessita di formazione e aggiornamento per diventare più moderna e attrattiva per i giovani, i quali vivono in un'epoca fortemente orientata al futuro.

Tali osservazioni sono emerse durante l'evento **"Smart Wine: tracciabilità, qualità, innovazione e sostenibilità"** organizzato **dall'Università degli Studi di Torino**, in collaborazione con **Image Line** e **Rural Hack** e dove vari esperti hanno condiviso le loro opinioni per supportare il settore vitivinicolo.

Verso un'integrazione armoniosa tra innovazione e tradizione

Sono le piccole e medie aziende a conduzione familiare a costituire la maggioranza del panorama nazionale. Tuttavia, **innovazione e tradizione non sono necessariamente incompatibili**. Ad esempio, reinterprestando le conoscenze tradizionali, è possibile sviluppare prodotti innovativi che conferiscono vantaggi competitivi alle imprese familiari. Questa dinamica di **“innovazione attraverso la tradizione”** offre un'opportunità interessante, soprattutto per le aziende agricole a conduzione familiare, che spesso dispongono di un ricco patrimonio di risorse tradizionali da sfruttare. In definitiva, la presenza predominante delle aziende a conduzione familiare nel settore vitivinicolo sottolinea l'importanza dei valori familiari e della continuità generazionale in un mondo in cui la tradizione e l'innovazione si incontrano.

Infatti, si prevede che le aziende che abbracciano strategie innovative e sostenibili siano più attraenti per la generazione successiva, aumentando così le probabilità di una transizione generazionale di successo. Questi successori, a loro volta, tendono a introdurre nuove idee e risorse, stimolando ulteriormente l'innovazione e la sostenibilità aziendale. In effetti, pochi altri settori evidenziano un'interdipendenza così stretta tra l'impresa e la famiglia come l'agricoltura.

Per garantire che i due fattori si influenzino e si potenzino reciprocamente, è necessario promuovere attivamente questo processo e fornire l'accesso al digitale alle PMI familiari.

Maggiori competenze digitali tramite la formazione

Affinchè un'azienda possa ottenere benefici dall'implementazione delle tecnologie, c'è necessità di qualificare il personale sulle competenze digitali. Tuttavia, **i risultati dell'indice dell'economia e della società digitali 2021 (DESI) mostrano un ritardo in Italia nella formazione del capitale umano nel settore digitale**, classificandosi al 25° posto su 27 paesi dell'Unione Europea. Solo il 42% delle persone tra i 16 e i 74 anni ha competenze digitali di base, e solo il 22% possiede competenze più avanzate. Questi dati evidenziano la necessità urgente di migliorare la formazione digitale della popolazione per supportare la trasformazione digitale delle aziende italiane e incrementare la loro competitività in un mondo sempre più orientato al digitale.

Bisogna puntare sulla formazione continua del personale e non si tratta solo di imparare nuove tecnologie, ma anche di sviluppare capacità di comunicazione e gestione per garantire, non solo l'evoluzione di tutta l'azienda, ma anche al ricambio generazionale. A tal proposito, Nicola Matarazzo, consulente di direzione del Consorzio di Tutela Vini della Campania, commenta: « *Noi parliamo sempre di un settore, quello agricolo, particolarmente caratterizzato da una età media molto elevata. **Il problema da superare è quello di riuscire a raggiungere le persone che fanno parte del sistema produttivo con un linguaggio e un utilizzo degli strumenti innovativi in modo tale che per loro sia facilmente applicabile** e questo uno dei gap fondamentale quindi problemi grossi potrebbero essere superati per esempio utilizzando in maniera incisiva la formazione, utilizzando in maniera incisiva anche il tutoraggio delle varie aziende in modo tale che comunque anche in quelle aziende che sono meno orientate alla digitalizzazione possano in certo qual modo utilizzare questi strumenti che ormai sono indispensabili* ».

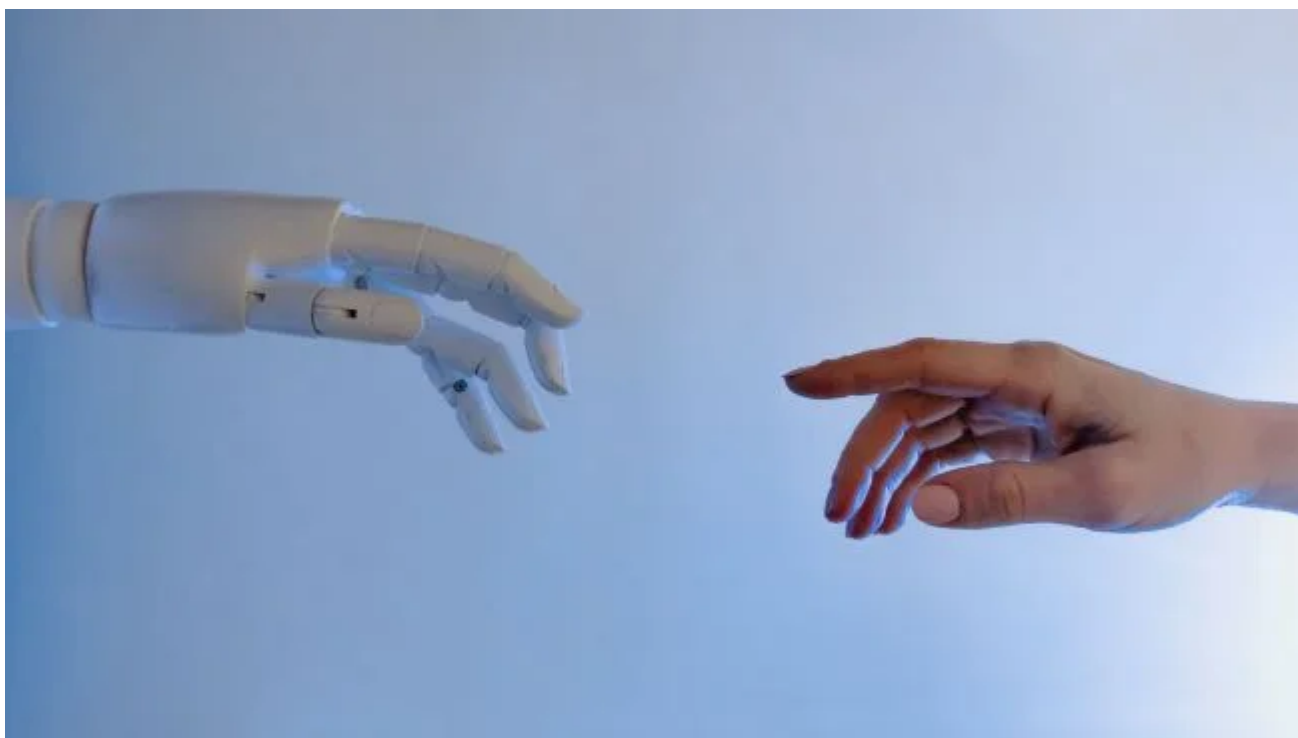
Questo tema è affrontato anche da Cristiano Spadoni, project development leader di Image Line e giornalista di Agro Notizie: « *Le Agri Tech possono essere accessibili se ci sono, da una parte, dei percorsi di formazione adatti alle specifiche figure aziendali. Il trattorista può avere bisogno di una formazione, ad esempio sulla comprensione delle mappe, delle soluzioni tecnologiche per l'analisi in real time del raccolto o dei device che analizzano in tempo reale la chioma per poi distribuire in maniera corretta i prodotti fitosanitari. Al tempo stesso l'agronomo e chi si occupa di consulenza in viticoltura deve essere messo in grado, attraverso percorsi formativi o magari anche attraverso l'affiancamento dei provider, di queste soluzioni tecnologiche per capire tutte le sfaccettature e ancora i produttori ne possono beneficiare in misura diversa in funzione delle informazioni che vengono trasferite e soprattutto in funzione della usabilità*

Un tema particolarmente importante che evidenzia Cristiano Spadoni è **l'usabilità della soluzione tecnologica e dell'interoperabilità fra i vari sistemi**.

« *L'Osservatorio Smart Agrifood indica che ci sono all'interno delle imprese agricole fino a tre quattro soluzioni digitali diverse e se queste soluzioni non si parlano e quindi non sono appunto interoperabili fra di loro, ecco allora diventa difficile usare vari strumenti che invece, se ben collegati fra di loro, danno sicuramente maggiori benefici* ».

Apprendere e comprendere le tecnologie

Le tecnologie svolgono compiti tradizionali come la potatura e la cimatura dei germogli per ritardare la maturazione delle uve, specialmente in risposta ai cambiamenti climatici. Il messaggio da comunicare alle aziende più scettiche, al di là degli investimenti economici, potrebbe essere che le tecnologie non sono una minaccia, ma un supporto alle pratiche tradizionali, permettendo di svolgerle in tempi più rapidi ed efficienti e di avvicinarsi ad uno stile di vita che è proprio dei giovani di oggi. Questo è quanto sottolinea anche **Cesare Avenia**, ex presidente di Confindustria Digitale, attuale presidente del Consorzio Tutela Vini Caserta – VITICA, commentando: « *Nel momento in cui si capisce che queste nuove tecnologie sono indispensabili per affrontare le nuove sfide, si capirà pure che non sono assolutamente un competitor di quelle che sono le pratiche tradizionali anzi sono un aiuto. Secondo me uno degli elementi che viene trascurato è il fatto che queste nuove tecnologie possono anche risolvere il problema che tutti i viticoltori hanno di trovare la manodopera giusta per aiutarli in vigna. **I giovani sono più invogliati a venire in vigna a lavorare**, quindi servono anche a invogliare i nuovi attori che a volte è difficile trovare* ».



Fonte: <https://hfitaly.com/intelligenza-artificiale-robot-possono-sostituire-lavoro-uomo/>

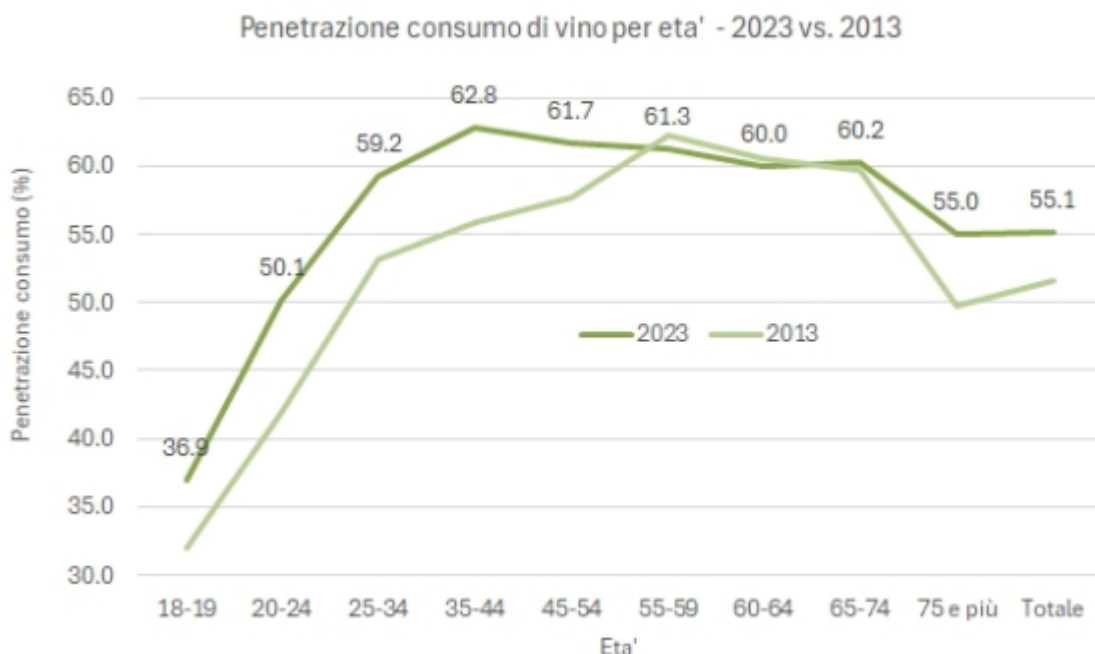
Con la formazione non si tratta solo di imparare nuove tecnologie, ma aiuta anche a creare figure professionali complete, che possono contribuire a migliorare l'efficienza e la produttività dell'azienda e a promuovere e vendere meglio i prodotti. E' chiaro, le nuove tecnologie hanno trasformato il modo in cui si lavora lungo tutta la filiera. Per stare in vigna

non basta più conoscere i metodi tradizionali, bisogna anche saper utilizzare strumenti avanzati e innovativi. Ma c'è di più: le persone che lavorano in azienda devono essere versatili, in grado di svolgere una varietà di compiti. Devono saper fare un po' di tutto, diventando dei veri factotum. Questo significa che devono essere capaci di lavorare in vigna, ma anche di comunicare e raccontare ciò che fanno. Ogni intervento in vigna deve essere spiegato e comunicato efficacemente, perché questa comunicazione è una parte fondamentale del marketing aziendale.

Lo spunto interessante che emerge da queste discussioni è che avere ruoli così variegati può essere molto attraente per i giovani. Mostrare loro che lavorare in un'azienda vitivinicola non significa solo fare lavori manuali, ma anche utilizzare tecnologia avanzata e partecipare attivamente alle strategie di marketing, può rendere questo settore molto più interessante. In questo modo, si incentivano i giovani a entrare nel settore e si garantisce un ricambio generazionale che porta nuove idee e nuove energie.

L'interesse per il vino è in crescita, è ora il momento

La penetrazione del consumo di vino è in crescita, specialmente tra i giovani, con un aumento del consumo sporadico e un calo di quello giornaliero. Ad esempio, nel 2023 il 50% dei giovani tra 20 e 24 anni beve vino, rispetto al 42% di dieci anni prima. Questo trend si osserva in tutte le fasce di età, tranne che nella mezza età, per poi risalire tra gli anziani, forse a causa del miglioramento delle condizioni di salute. Un altro dato interessante è il cambiamento del picco di consumo, ora nella fascia 35-44 anni, mentre nel 2013 era nella fascia 55-59 anni.



Fonte: <https://www.inumeridelvino.it/tag/consumi-di-vino>

Il cambiamento delle preferenze dei consumatori (soprattutto Millennials e Gen Z) è dettato dalla ricerca di una maggiore diversificazione senza compromettere gusto e qualità e da una predilezione per uno stile di vita più sano e un consumo più consapevole.

Se vogliamo coinvolgere i giovani e promuovere un cambiamento generazionale, dobbiamo imparare a comunicare con loro nel loro linguaggio. A volte c'è l'interesse, ma manca la motivazione e lo stimolo giusto per avvicinarsi a un mondo che percepiscono distante dalla realtà di oggi.

articolo a cura di Fabiana Mango

Fonte: <https://www.ruralhack.org/ricambio-generazionale-vigna-giovani/>