

Donne e giovani, il valore aggiunto del tipico

La risorsa umana rappresenta il valore strategico più importante in qualsiasi attività economica. Nel settore agroalimentare donne e giovani, secondo Donatella Cinelli Colombini, riescono ad apportare un rilevante valore aggiunto

Donatella Cinelli Colombini
in un disegno di Laura Campanella



Con Donatella Cinelli Colombini, una delle più note produttrici del mitico Brunello di Montalcino e, soprattutto, fondatrice del Movimento del turismo del vino, volevo parlare della situazione attuale del settore vitivinicolo e, in particolare, dell'enoturismo. Ma lei, come tutte le persone intelligenti, dinamiche e vivaci, ha la capacità di portare il discorso su cose più originali e, molto probabilmente, più importanti.

Per questo, dopo aver liquidato abbastanza velocemente il tema della situazione economica del vino con un perentorio «Le cose stanno andando bene, soprattutto sul versante dell'export, mentre sono molto più preoccupata per lo stallo in cui versa il settore enoturistico», fa scivolare il discorso su un tema centrale per qualsiasi attività economica, imprenditoriale: la risorsa umana.

Troppo spesso, infatti, ci dimentichiamo che dietro i progetti, le strategie, l'azienda, i prodotti vi sono le persone, donne e uomini.

«È la risorsa umana – mi spiega subito Donatella (mi permetto questo tono confidenziale, vista l'amicizia e la stima che mi legano a lei) – il vero punto centrale di qualsiasi tipo di attività». E lei, a questo proposito, è stata veramente originale, andando controcorrente rispetto alla maggioranza delle imprese italiane, investendo in gran parte su donne e giovani.

Oggi il 70% dei suoi collaboratori è rappresentato da donne e la media dell'età dei suoi dipendenti è attorno ai trent'anni. «Ma sono molti – sottolinea Donatella – quelli sotto questa età».

Perché questa scelta?

All'inizio, devo ammettere, è stata una scelta quasi casuale. Vedevo la difficoltà di molte donne di essere assunte come enologhe nelle cantine e allora, quasi spinta da orgoglio femminile, ho iniziato ad agevolare questo ingresso. Così mi sono accorta del loro grande valore, non solo dal punto di vista tecnico ma anche organizzativo, della capacità di fare squadra e, soprattutto, per la migliore capacità della donna di creare un forte legame con il territorio di appartenenza.

Ci puoi spiegare meglio quest'ultimo concetto?

Penso che nelle attività in ambito rurale la qualità media della donna sia più elevata rispetto a quella dell'uomo. E non lo dico per spirito di vetero femminismo, ma perché lo sperimento quotidianamente.

Quali le ragioni di questa «superiorità»?

Credo che la donna da sempre, anche per ragioni di ordine pratico, come l'accudimento dei figli, la gestione in generale della famiglia, sia portata a creare con il proprio territorio un legame più forte, diretto. Mentre spesso l'uomo, per lavoro, è stato spinto a muoversi, a cercare lavoro dove questo poteva sembrare più conveniente. Per la donna, quindi, stare in zona è da sempre

stata una sorta di necessità, di obbligo. Questo l'ha portata a sfruttare al meglio e a valorizzare tutte le opportunità di un territorio. Pertanto, se oggi, giustamente, noi enfatizziamo molto, soprattutto nelle produzioni tipiche, il forte legame tra prodotto e territorio, ecco penso che le donne siano la risorsa umana meglio preparata per esaltare questo fattore.

Ma a vedere l'età dei tuoi collaboratori si direbbe che anche questa conta.

Senza ombra di dubbio. I giovani sono una risorsa straordinaria. Ma spesso lo si dice a parole mentre nei fatti si continuano a vedere aziende con personale sempre più anziano. Io ho fatto la scelta opposta. Tutti i miei quadri hanno meno di 35 anni, anzi oggi l'età massima non supera i 32 anni. Sono fortemente convinta che i giovani, soprattutto in un settore particolare come quello del vino, ma anche dell'enoturismo, siano portatori di idee, dinamismo, coraggio indispensabili per rendere operative le potenzialità di questi comparti.

Al di là dell'età quali sono i tuoi criteri di scelta?

Prima di tutto l'età in cui si è iniziato a lavorare. A questo proposito preferisco quei giovani che anche durante la scuola secondaria hanno cominciato a fare dei lavori estivi, magari andando all'estero a fare i camerieri per pagarsi un corso di lingua. Apprezzo molto, poi, chi si è impegnato in attività di volontariato, chi ha la mente aperta e la propensione al lavoro di gruppo. Senza sottovalutare, ovviamente, le competenze professionali.

Ecco, quest'ultimo aspetto tira in ballo il fattore formazione. Come consideri oggi il livello di formazione, i percorsi formativi proposti ai nostri giovani per garantire loro professionalità adeguata alle esigenze delle imprese del tipico italiano?

Si sta manifestando una situazione abbastanza anomala. Da un lato abbiamo scuole superiori che sostanzialmente si stanno confermando di buon livello, garantendo una formazione, devo ammettere, abbastanza adeguata. Faccio degli esempi a me vicini. L'Istituto tecnico di Siena garantisce ottimi enotecnici e devo dire che gli stessi istituti tecnici di ragioneria, o i licei scientifici e linguistici stanno in larga misura offrendo preparazioni di buon livello. Purtroppo non si può dire la stessa cosa per l'università attuale, dove il livello di formazione garantita non è



CHI È DONATELLA CINELLI COLOMBINI

Nata a Siena nel 1953, si è laureata in Storia dell'arte medioevale con il massimo dei voti. Dopo cinque anni di ricerche sulle arti minori fra Gotico e Rinascimento, nel 1984 ha iniziato a lavorare nella fattoria di famiglia a Montalcino dove è rimasta per 14 anni.

Nel 1993 ha fondato il «Movimento del turismo del vino» e ha inventato «Cantine aperte», la giornata che in pochi anni ha divulgato l'enoturismo in Italia. Donatella Cinelli Colombini ha promosso i primi corsi per gli addetti alle Strade del Vino e adesso insegna le tecniche per trasformare le cantine in destinazioni turistiche nei master post laurea sul turismo e il management agricolo.

Nel 1998 ha ricevuto dai genitori la Fattoria del Colle a Trequanda, con il suo bellissimo centro agriturismo, e il Casato Prime Donne a Montalcino, dove ha realizzato due cantine e una produzione di vini di alta gamma. Queste cantine sono tra le prime in Italia dove i turisti ricevono le stesse attenzioni di un grande vino.

Dal 2001 è assessore al turismo del Comune di Siena, nel 2003 ha vinto l'Oscar di miglior produttore italiano assegnato da AIS Roma-Bibenda e ha pubblicato il «Manuale del turismo del vino» (2003) e «Marketing del turismo del vino» (2007). ●

assolutamente sufficiente alle esigenze delle nostre imprese. Continua a esserci un distacco enorme tra la teoria «raccontata» nelle università e la realtà del nostro settore agroalimentare. Al punto che oggi è più facile trovare un livello adeguato di formazione nell'ambito dei master promossi dal Fondo sociale europeo rispetto a molti master universitari. Trovo inutile dedicare un corso di legislazione vitivinicola europea senza inserire un esame di diritto commerciale, fondamentale per saper redigere un contratto regolare. È arrivato il tempo, quindi, che le aziende esprimano con chiarezza le loro esigenze e trovino così un raccordo continuo diretto con le università. Questo scollamento è molto dannoso.

Non posso lasciarti senza chiederti, almeno in sintesi, un tuo commento alla situazione attuale del settore enoturistico italiano.

Preferisco mantenere toni ottimistici e quindi evito di cadere in sterili polemiche. È certo, però, che se non migliorano alcuni elementi infrastrutturali (collegamenti tra aeroporti e centri urbani con aree rurali), se non si definiscono strategie di sviluppo serie (evitando consulenze di dubbia professionalità) è difficile pensare a un futuro roseo per il nostro turismo enogastronomico. È fondamentale, ad esempio, un decentramento dei flussi che finora si sono concentrati in poche aree. Nella stessa Montalcino, uno dei modelli più interessanti e

vincenti di enoturismo, è fondamentale decentrare i flussi verso la campagna, realizzando finalmente una Strada del Vino efficace. Certe recenti scelte, a questo proposito, potrebbero complicare ulteriormente le cose. Mi riferisco alla liberalizzazione della vendita dei cosiddetti pasti veloci anche in supermercati e negozi alimentari. Questo in certe aree come Montalcino potrebbe determinare un ulteriore imbarbarimento del turismo del vino che va invece gestito con estrema attenzione.

Con Donatella non si smetterebbe mai di parlare, mi invita al prossimo corso di cucina che sta organizzando nel suo splendido agriturismo in Val d'Orcia (www.cinellicolombini.it per informazioni). «Il nostro principio – conclude Donatella – è insegnare facendo divertire, rilassare. Solo così possiamo pensare di recuperare, stimolare la passione, l'amore verso i nostri grandi prodotti tipici e il nostro territorio».

Non ci resta che andarla a trovare. ●