



San Michele all'Adige, 23 novembre 2017

Egregio Signor
Presidente
della Fondazione Edmund Mach
prof. Andrea Segré
andrea.segre@fmach.it

Egregio Signor
Direttore Generale
della Fondazione Edmund Mach
dott. Sergio Menapace
sergio.menapace@fmach.it

Egregi Signori
Consiglieri di Amministrazione
della Fondazione Edmund Mach

Egregio Signor
Direttore del CIF
della Fondazione Edmund Mach
prof. Marco Dal Ri
marco.dalri@fmach.it

Oggetto: aspetti connessi alle funzioni dirigenziali presso realtà agricole.

Con riferimento alle recenti vicende, riportate anche dai giornali, che hanno visto l'allontanamento di due direttori di cantina nel territorio della nostra provincia, al di là degli aspetti meramente sindacali che connotano le singole vicende e dei connessi risvolti contrattuali che si andranno a definire tra i rispettivi Consigli di amministrazione e le persone interessate, a UDIAS preme evidenziare i seguenti aspetti che fanno intravedere un pericoloso trend evolutivo nel comparto agricolo trentino.

1. la figura del direttore per una azienda, in particolare se questa è una cooperativa agricola, assumeva in passato e dovrebbe assumere anche in futuro un significativo ruolo di gestione della struttura e degli aspetti commerciali della stessa. Il direttore risulta essere una figura fondamentale per mantenere il contatto con la base sociale da un lato, tradurre le decisioni del Consiglio di amministrazione dall'altro, gestire la struttura nel suo complesso con una visione radicata e vissuta del territorio, volta a valorizzarne ed estrinsecarne al meglio le specifiche peculiarità;
2. in tale ottica la mera sostituzione del direttore con dei "responsabili della struttura" rischia di affievolire il ruolo, la referenzialità e l'autorevolezza della figura dirigenziale, non solo nel contesto della cantina o del magazzino frutta, in particolare per quanto riguarda i rapporti con l'esterno, incluse le strutture di secondo grado, facendo svilire l'identità stessa della cantina o del magazzino, fino a una, non certo auspicabile, spersonalizzazione dell'entità medesima che viene ad essere ridotta a mero centro di raccolta;
3. l'affidamento a sole figure "commerciali" delle strutture agricole di conferimento e commercializzazione dei prodotti esautorata altresì le competenze, che in lunghi anni di preparazione, hanno maturato i diplomati e i laureati in agraria, che si sono impegnati a lungo dopo aver frequentato in primis l'Istituto Agrario di San Michele, che ha garantito agli stessi le basi essenziali per una compiuta ed articolata formazione plurisettoriale, non solo agricola e della trasformazione

- dei prodotti, e che, a parere di UDIAS, rimane imprescindibile anche in futuro per la gestione delle realtà agricole, cooperative e non, del nostro territorio, ben oltre rispetto alle competenze prettamente inerenti al solo "marketing";
4. il direttore, volgarmente chiamato "el diretor", rappresenta l'anima di quella precisa Azienda o di quella specifica Cooperativa. Ha un nome, un cognome un telefono, una email, un ufficio, è il referente, colui che è in grado di fornire in primis ai soci risposte in un ambito molto vasto (conosce il territorio, interviene nelle varie fasi, dal miglioramento delle produzioni a quella di conferimento del prodotto, alla lavorazione e ottenimento del prodotto finale destinato alla vendita, seguendo i vari aspetti normativi e gestionali nell'ottica di massimizzare il risultato per i soci), gestisce la struttura e il personale, mantiene i rapporti con gli amministratori e ne cura la traduzione delle decisioni adottate, pianifica gli investimenti, si rapporta con i fornitori, i clienti, ecc.... Sovente è l'enologo della cantina. È in sostanza una figura chiave nell'organizzazione e non può, a parere di UDIAS, essere messo semplicemente al bando con la sufficiente ignoranza e pressapochismo da parte di chi banalmente dice che un direttore non serve perché è un costo da tagliare;
 5. Come UDIAS siamo convinti che quando ci si ricrederà su questa impostazione, attualmente "di comodo", si saranno persi anni preziosi per invertire la rotta, allorquando la distanza con la base sociale sarà troppo elevata al punto che l'agricoltura sarà talmente "industrializzata" e spersonalizzata per non dire spaesata o meglio omologata al punto che ci si renderà conto, solo allora, di aver scavato un solco troppo profondo difficile da colmare;
 6. Il nostro amato Trentino dovrebbe auspicabilmente percorrere una via più saggia, forse più simile a quella del vicino Sud Tirolo, dove il territorio viene fortemente valorizzato attraverso il ruolo delle singole aziende e cantine (spesso piccole ma in numero significativamente maggiore e diffuse rispetto al territorio Trentino), vocate anche alla differenziazione dei prodotti tipici locali, facendo "cultura dell'agricoltura" valorizzando le varie sfaccettature e tipicità dei prodotti e del cibo di montagna, impregnato del meglio che la natura che ci circonda ci sa dare;
 7. Che sia questa la strada da intraprendere, anche per costituire delle ghiotte opportunità per "catturare" i turisti presenti in Trentino, nonché quelli di passaggio sul nostro territorio, creando opportunità di sviluppo e valorizzazione delle tipicità locali, in cui il ruolo del direttore delle cantine o dei magazzini possa assumere una importanza sempre maggiore, creando anche nuove strutture e conseguenti posti di lavoro piuttosto che tagliarne, agganciandosi anche alle realtà turistiche della nostra provincia e non vedere la figura del direttore come quella, poco lungimirante, di mero costo da tagliare? Per UDIAS quella del "Direttore" è invece una figura estremamente importante, da valorizzare e da incentivare in funzione dei risultati conseguiti.
 8. È infine da considerare che sempre più esiste un turismo che cerca l'autenticità e salubrità dei prodotti tipici locali e dietro a questi cerca l'anima di chi ha sudato per produrli, di chi ci ha messo la passione più autentica, che ne conosce la storia vera e ruspante fin dalle origini, un consumatore sempre più informato e attento che non si limita più alla sola etichetta ma è desideroso di capire ed ha fame di conoscere. In questa logica l'uomo marketing a ragion veduta è sì necessario e utile ma per la commercializzazione a livello internazionale dei prodotti, in particolare per le realtà cooperative o commerciali di secondo grado mentre per UDIAS appare sempre più chiara la necessità di mantenere e valorizzare la classica figura del "Direttore" in ciò valorizzando anche la FEM, la scuola di San Michele che lo ha formato sia come tecnico sia come amministratore!
 9. In questa logica anche l'approfondimento ulteriore di alcune materie di insegnamento potranno contribuire a sviluppare ulteriormente le competenze in ambito del miglioramento estetico e di presentazione dell'Azienda, della cantina, dei prodotti, ecc. e accrescere le doti nel settore del marketing;
 10. Sarà questa, oltre alla conoscenza delle lingue straniere, a parere di UDIAS, la strada vincente che per il futuro potrà garantire ulteriore valore aggiunto, dignità e opportunità di reddito per i diplomati di San Michele nello spirito che fu di Mach.

Cordiali saluti

Presidente UDIAS
Lino Lucchi

