

Domanda per le cantine italiane: ospitereste mai un evento sportivo in cantina?

scritto da Veronica Zin | 21 Luglio 2025



L'esempio di una cantina californiana che ha incrementato gli iscritti al wine club del 30% organizzando partite di baseball lancia una provocazione al mondo del vino italiano. Eventi sportivi e altre esperienze innovative, come il cinema in vigna, possono essere la chiave per attrarre un nuovo pubblico e contrastare il calo dei consumi.

A Santa Rosa, Sonoma County, una cantina di nome **Balletto Vineyards** ha deciso di affrontare la crisi dei consumi e la stagnazione dei wine club con un'idea insolita: **ha allestito un campo e ha ospitato partite di baseball**. Risultato? Centinaia di persone, iscritti al club in crescita del 30% e una valanga di attenzione.

Come riportato da un recente articolo di The Drink Business – [California wine club uses baseball to attract new members](#) – John Balletto, il fondatore dell'omonima azienda, ha spiegato: “Avere consumatori sotto i 40 anni è molto difficile, **penso che sia necessario essere creativi oggigiorno**”. La sua direttrice marketing, Amy Lieberfarb, ha rincarato la dose: “Abbiamo ricevuto una tale richiesta che **le persone si sono iscritte al wine club solo per venire all'evento**”.

Un vero successo. Ma, ci chiediamo, un'idea simile in Italia avrebbe lo stesso impatto?

Probabilmente no. Primo perché il baseball in Italia non è tra gli sport più famosi e seguiti; poi ci domandiamo: **quante cantine in Italia sarebbero disposte ad organizzare un evento di questa portata? La domanda rimane valida anche se, al posto di una partita di baseball, si organizzasse una partita di calcio, che in Italia sappiamo essere lo sport sovrano.**

Eppure, ci sono anche altri esempi di successo che combinano eventi sportivi e cantine vitivinicole:

- **In Francia, la celebre Marathon du Médoc fa correre migliaia di persone tra i filari di Château Lafite Rothschild e Mouton Rothschild** che – al posto di bevande energetiche e gel rinvigorenti – offrono ai maratoneti vino e ostriche ai punti di ristoro.
- **In Australia, la cantina Seppeltsfield ospita esclusivi tornei di polo**, mentre **Sidewood Estate ha un campo da cricket** per trasformarsi in un informale “country club”.

Ciò che risulta chiaro è che è necessario offrire esperienze, non solo degustazioni.

E c'è di più. In un'epoca in cui il consumo di vino viene messo sotto accusa e considerato nocivo per la salute,

l'associazione tra vino e sport strizza l'occhio all'OMS. Si dimostra che si può essere sportivi, sani e in forma, pur concedendosi la gioia e la cultura di un buon calice. Un'idea di equilibrio che propone un'alternativa concreta alle logiche proibizioniste portate avanti da tempo dall'Organizzazione Mondiale della Sanità.

Tornando in Italia, c'è da dire che le iniziative che uniscono sport e vino, comunque, non mancano: tra yoga e mindfulness in vigna, corse non competitive e giri in bici tra i filari, la volontà di offrire esperienze enoturistiche innovative è evidente.

Tuttavia, ciò che ha fatto Balletto è diverso: l'azienda Californiana ha trasformato la propria azienda in un'arena, un luogo di ritrovo per un evento sportivo.

Quante cantine in Italia, magari dotate di strutture perfette per accogliere questo tipo di iniziative, aprirebbero, effettivamente, le loro porte? Quanti produttori aprirebbero i cancelli per ospitare una partita di calcio amatoriale, invitando la comunità locale a guardarla, tifare e, già che ci sono, bere un bicchiere del loro vino?

Ma, anche se non si volesse partire così in grande fin da subito, nel 2026 ci saranno i Mondiali di calcio – sempre se ci qualifichiamo – perché non mettere un proiettore e permettere ai tifosi di guardare le partite in compagnia, tra le vigne, mentre bevono un buon vino?

È utile domandarsi: ci sarebbero persone che, invece di chiudersi in un bar a bere birra, sceglierrebbero di tifare la Nazionale all'aperto, con un plaid sull'erba e una bottiglia di vino da condividere? Non servono i tavoli, non serve un servizio complicato. Serve l'idea.

O ancora: il cinema sotto le stelle. Oggi è un format che spopola. Provate a proiettare un grande classico in stile drive-in anni '50. Solo che al posto delle auto ci sono le

coperte e al posto di popcorn e Coca-Cola si serve un calice di vino.

Basterebbe provare ad allargare un po' i confini dell'offerta enologica per capire che l'esperienza, spesso, si rivela più interessante – e più fruttuosa – della più classica degustazione tecnica.

Punti chiave

- **Cantine e sport:** un binomio vincente per attrarre un pubblico giovane e aumentare le vendite.
- **Esperienze oltre degustazioni:** l'enoturismo deve offrire eventi unici per superare la classica visita in cantina.
- **Vino e benessere:** associare il vino allo sport contrasta la narrazione proibizionista e promuove un consumo equilibrato.
- **Idee a basso costo:** cinema all'aperto o partite su maxi-schermo sono alternative creative e facilmente realizzabili.