

The Wine Net: l'enoturismo cooperativo ha una voce propria

scritto da Claudia Meo | 7 Settembre 2026



L'enoturismo cooperativo rappresenta un modello di accoglienza in cui il vino diventa lo strumento per parlare di comunità, territorio e paesaggio. Le sei realtà di The Wine Net mostrano come la cooperazione possa rendere la visita in cantina in un'esperienza originale, autentica, capace di valorizzare il lavoro dei soci e arricchire l'intero contesto.

Quando a raccontare il territorio è una realtà che riunisce decine o centinaia di viticoltori, il significato dell'accoglienza cambia profondamente: cambia il punto di vista, il racconto e il messaggio che il visitatore porta con sé. Una cooperativa non ha una sola famiglia da mettere al centro della narrazione, non rappresenta un vigneto, ma un

mosaico di vigne; occupa edifici progettati per il conferimento delle uve: un insieme di condizioni che, fisiologicamente, genera priorità diverse da quella di stupire il visitatore.

Per comprendere come il mondo cooperativo interpreti l'accoglienza abbiamo raccolto le riflessioni dei presidenti e dei direttori delle sei cooperative che fanno parte di The Wine Net: Pertinace, nelle Langhe; Cantina Colli del Soligo, nel cuore delle colline del Prosecco; Cantina Vignaioli del Morellino di Scansano, in Maremma; La Guardiense, nel Sannio beneventano; Cantina Frentana, sulla Costa dei Trabocchi; e CVA Canicattì, nella Sicilia agrigentina.

Esiste un modo cooperativo di intendere l'enoturismo?

Cesare Barbero, direttore di Pertinace e presidente della Rete, mette anzitutto in guardia da un pericolo, quello di un racconto principalmente affidato ad organigrammi e numeri – ettari, soci, bottiglie: “La cooperazione acquista forza solo quando assume il volto delle persone che la rendono possibile. E’ molto più efficace parlare delle persone, dei vigneti, delle diverse zone, nel nostro caso del Barbaresco, e del modo in cui tante individualità riescono a costruire una qualità comune. La pluralità che costituisce una cooperativa, una comunità che lavora insieme, non va nascosta ma fatta diventare la parte più interessante del racconto”.

Nell'accoglienza cooperativa, per **Andrea Curtolo**, direttore di Cantina Colli del Soligo, “L’aspetto delle persone e delle famiglie non viene meno, anzi, è esaltato: siamo la voce di tante famiglie, tante storie con un passato e un presente comune: la crescita della cooperativa. Visitando la nostra sede le persone possono ascoltare il racconto della nostra storia, vedere chi siamo e come lavoriamo. L’accoglienza è una condizione favorevole perché offre la possibilità di spiegare

e far toccare con mano ai turisti l'essenza della nostra realtà. Ciò che caratterizza la nostra accoglienza è poter raccontare come la cooperativa è nata, cresciuta e come è oggi. La nostra specificità è una grande opportunità, una caratteristica che ci contraddistingue dalle realtà private della zona".

"Per una cooperativa" afferma **Sergio Bucci**, direttore di Cantina Produttori del Morellino, "ogni socio è un custode di un frammento del territorio. Invece di comunicare la distanza fisica, raccontiamo la diversità delle parcelle e il visitatore non beve il vino di un'azienda, ma il riassunto di un'intera zona geografica; la cantina si propone come il "teatro" in cui queste centinaia di voci trovano una sintesi armoniosa. L'enoturismo è un ottimo generatore di valore del nostro marchio. Vedere turisti italiani e stranieri che arrivano a Scansano per assaggiare il vino nato anche dalle sue uve restituisce al socio un enorme senso di orgoglio e dignità professionale; smette di sentirsi un semplice produttore di materia prima e si scopre co-creatore di un'eccellenza apprezzata nel mondo. Penso questo sia il vero valore dell'enoturismo per una cooperativa".

"Siamo convinti" afferma **Felice Di Biase**, direttore di Cantina Frentana, "che il vino da solo non basti più. Oggi chi arriva in un territorio vuole vivere un'esperienza, capire dove nasce quel vino, conoscere le persone che lo producono. Non compra soltanto una bottiglia: compra un pezzo di territorio. E' compito delle istituzioni, dei Consorzi e anche delle cantine cooperative garantire che il territorio continui a produrre reddito, preservando il valore dei vigneti e creando crescenti opportunità economiche per i soci: per questa ragione, come cooperativa, stiamo conducendo, in parallelo a un importante investimento nell'accoglienza, anche un lavoro molto approfondito di zonazione del nostro territorio: zonazione ed enoturismo sono due facce della stessa medaglia. La prima ci permette di capire come produrre meglio; il secondo ci aiuta a

dare più valore a quello che produciamo”.

Domizio Pigna, presidente La Guardiense, non nasconde le difficoltà che una cooperativa incontra nel momento in cui decide di aprire le porte ai visitatori: “I grandi spazi produttivi non sempre possiedono il fascino scenografico che oggi accompagna molta comunicazione del vino. Ma ciò che può mancare sul piano estetico viene ampiamente compensato dalla forza di una storia che nessuna azienda privata può replicare: quella di una comunità che, generazione dopo generazione, ha costruito il proprio sviluppo intorno alla viticoltura. A rendere eccezionale lo storytelling è il racconto di una cooperativa: nel nostro caso, una realtà che in 66 anni di vita ha creato la storia enologica e cooperativa del Sannio beneventano”.

L'enoturismo è (soltanto) una opportunità commerciale?

“Il risultato più importante che ci si attende dall'accoglienza non è soltanto vendere qualche bottiglia in più al termine della degustazione. È far capire quanto lavoro, quanta competenza e quanto tempo ci siano dietro a quella bottiglia”. Così Cesare Barbero: “Quando una persona vede i vigneti, incontra chi li coltiva e ascolta la storia della cantina, cambia anche il valore che attribuisce al vino. Non compra più soltanto un prodotto, ma porta a casa un'esperienza e un legame con il territorio.

Per una cooperativa c'è poi un altro effetto molto importante: l'enoturismo rende visibile il lavoro dei soci. Chi lavora tutto l'anno in vigna spesso rimane lontano dal consumatore finale. Attraverso l'accoglienza, invece, il suo lavoro acquista un volto e una storia. Questo genera vendite, passaparola e fidelizzazione, ma anche orgoglio nei soci e maggiore consapevolezza del valore del progetto comune.

Per Sergio Bucci “E' un errore molto comune considerare

l'enoturismo semplicemente come un canale di vendita aggiuntivo o, peggio, come una "visita guidata alla fabbrica". Molte realtà si limitano a mostrare la cantina, spiegare i processi di vinificazione – spesso in modo troppo tecnico e ripetitivo – e proporre una degustazione finale. Noi stiamo tendendo di diventare una destinazione, facendoci promotori di un intero distretto, offrendo un motivo per restare sul territorio, non solo per fare una sosta. L'enoturismo ha la capacità di redistribuire valore sul territorio, creando un indotto che sostiene l'economia locale e aiuta a contrastare lo spopolamento delle nostre aree interne".

"Se il visitatore comprende il territorio, comprenderà anche il vino" afferma Felice Di Biase. "È questa la ragione per cui gli investimenti nell'accoglienza non vengono valutati soltanto in funzione dell'incremento delle vendite, ma della capacità di generare valore diffuso, migliorando nel tempo la competitività dell'intero territorio e, di conseguenza, le opportunità economiche dei soci. Una cooperativa come la nostra non può permettersi investimenti che non abbiano una ricaduta concreta sul territorio. L'investimento nell'accoglienza deve necessariamente tradursi in maggiore sostenibilità economica per i nostri soci".

"Gli obiettivi che ci diamo, nel momento in cui apriamo le porte della cantina, non sono principalmente quelli dell'aumento del fatturato, ma l'esaltazione di quello che rende il nostro territorio riconoscibile come destinazione turistica, vale a dire la combinazione tra un paesaggio bellissimo e diversificato, una storia che affonda le sue radici nell'antichità, un patrimonio gastronomico che richiede di essere portato alla luce su un piano nazionale e internazionale". Così **Concetta Pigna**, consigliere di La Guardiense. "Un altro obiettivo sociale che sentiamo molto forte è quello dell'educazione al vino, quello di fornire a chi viene a visitarci una conoscenza di base sul prodotto e sulle sue modalità di consumo: aprire le porte a una

consapevolezza, fermo restando che poi ciascuno costruisce con il vino il rapporto che vuole”.

Nelle parole di **Diego Lo Sardo**, presidente di CVA Canicattì, l'enoturismo acquisisce il carattere di sinergia con il territorio, intesa non come slogan ma come responsabilità: “Il vino è parte di un percorso più ampio, gastronomico ed eco-culturale. Nel nostro territorio, ad esempio, la collaborazione con gli enti che gestiscono il patrimonio archeologico rafforza l'identità del territorio e crea un dialogo tra produzione agricola, cultura e accoglienza. In un territorio come il nostro stabilire alleanze con enti pubblici significa generare valore condiviso, non solo economico ma reputazionale. Il valore dell'accoglienza, quindi, si misura in modo molto più complesso del semplice incremento del fatturato aziendale”.

Punti chiave

1. **Modello cooperativo:** l'accoglienza in cooperativa esalta le storie delle famiglie e il lavoro di squadra dei viticoltori.
2. **Sviluppo locale:** le cantine cooperative promuovono le aree geografiche in cui operano, sostenendone l'economia, distribuendo ricchezza e difendendo il paesaggio.
3. **Esperienza e non solo visita:** i visitatori scoprono l'essenza della produzione vitivinicola di un territorio attraverso il legame profondo tra paesaggio e persone che vi lavorano.
4. **Sinergia culturale:** l'enoturismo genera collaborazioni virtuose con gli enti del territorio per valorizzare il patrimonio archeologico e gastronomico.

