

Enoturismo, la sfida dell'ospitalità integrata: la visione di sistema dell'Assessora Giulia Zanotelli

scritto da Emanuele Fiorio | 5 Ottobre 2026



L'enoturismo trentino si evolve da semplice visita in cantina a leva strategica di valorizzazione territoriale. In questa intervista esclusiva, l'Assessora Giulia Zanotelli illustra la visione della Provincia Autonoma di Trento: un modello integrato che unisce agricoltura di montagna, accoglienza, cultura e sostenibilità, puntando su formazione, sinergia tra settori e la nuova governance per valorizzare le autentiche eccellenze locali.

L'enoturismo in Trentino ha smesso da tempo di essere una semplice appendice dell'attività in cantina, per trasformarsi nel narratore d'elezione di un intero paesaggio. In questa intervista lucida e profonda, **Giulia Zanotelli – Assessora all'agricoltura, promozione dei prodotti trentini, ambiente, difesa idrogeologica ed enti locali della Provincia autonoma di Trento** – traccia le coordinate di un'evoluzione che è innanzitutto culturale.

Nelle sue parole, il vino si spoglia delle vesti di mero prodotto commerciale per indossare quelle di ambasciatore: un "ponte liquido" capace di unire la fatica della viticoltura di montagna alla bellezza dell'ospitalità, passando per la tutela del territorio e l'eccellenza della ristorazione. Ne emerge la **visione di un "sistema Trentino" lontano dalle omologazioni, in cui l'autenticità dell'esperienza, il supporto concreto alle piccole realtà artigiane e, soprattutto, l'educazione delle nuove generazioni diventano i pilastri fondanti.** Un viaggio strategico e umano, progettato affinché ogni visitatore non porti a casa solo il ricordo di una buona bottiglia, ma il volto di chi l'ha prodotta e il desiderio, ineludibile, di fare ritorno.

Negli ultimi anni il Trentino ha iniziato a considerare l'enoturismo non più soltanto come un'opportunità per le singole cantine, ma come una componente della strategia territoriale. Qual è oggi il livello di maturità raggiunto da questo percorso?

Il Trentino oggi considera l'enoturismo per quello che è: non un'attività collaterale alla cantina, ma una leva di promozione del territorio. Attraverso il vino raccontiamo l'agricoltura, il paesaggio e il lavoro delle persone.

In questi anni abbiamo fatto passi importanti ed abbiamo costruito basi solide: una rete di produttori vivace, territori vitivinicoli diversi e riconoscibili e una crescente capacità di collegare il vino alle altre componenti dell'offerta turistica. Anche sul piano normativo abbiamo consolidato questo percorso. **Ora la sfida è compiere un ulteriore salto di qualità: fare sistema.** È la direzione che stiamo seguendo anche con il Trentodoc Festival, che porta il vino fuori dalle sole cantine e ne favorisce la relazione con ristorazione, ospitalità e territori di produzione, con circa 170 appuntamenti.

Una delle sfide dell'enoturismo è trasformare una visita in cantina da semplice degustazione a esperienza capace di raccontare un territorio. Quali caratteristiche dovrebbe avere oggi, secondo lei, un'esperienza enoturistica realmente trentina?

Deve partire dal vino, ma non fermarsi al vino. Un'esperienza "realmente trentina" deve permettere al visitatore di capire perché quel vino nasce proprio lì. Significa raccontare il vigneto, il paesaggio, il lavoro agricolo e le tradizioni. Ma anche la capacità di innovare.

Per questo, sono convinta che il produttore non debba essere semplicemente colui che presenta un'etichetta, ma la persona che accompagna il visitatore dentro la storia e le peculiarità del suo territorio. È anche la filosofia che abbiamo voluto rafforzare attraverso la disciplina provinciale sull'enoturismo.

Oggi la cantina non è solo un luogo di vendita, ma offre visite ai vigneti, attività didattiche, degustazioni e la possibilità di abbinare il vino ai prodotti agroalimentari

locali. Un vino può incontrare ad esempio un formaggio di malga o un prodotto tipico della nostra cucina. In questo modo la degustazione diventa un modo per conoscere il territorio nella sua interezza.

L'enoturismo mette necessariamente in relazione agricoltura, turismo, cultura, ristorazione e promozione territoriale. Quanto è complesso, dal punto di vista istituzionale, costruire una strategia realmente condivisa tra settori e soggetti diversi?

Si tratta di un percorso complesso, ma è anche l'unico possibile. L'enoturismo, per sua natura, non può essere governato da un solo settore. Favorisce la sinergia tra l'agricoltura e tutto il sistema dell'accoglienza. Non partiamo però da zero: il Trentino ha una rete di competenze e professionalità che negli anni – anche su impulso di questa Amministrazione provinciale – ha saputo sviluppare esperienze e percorsi condivisi. **La sfida, oggi, è valorizzare queste esperienze dentro una visione unitaria del territorio, evitando che rimangano iniziative separate.** Le Strade del vino e dei sapori hanno avuto e continuano ad avere un ruolo importante, così come le cantine, le diverse filiere, le Associazioni di promozione turistica con le Associazioni territoriali d'ambito, recuperando un ruolo attivo del Consorzio di tutela. La contaminazione tra mondi diversi permette infatti di costruire esperienze capaci di raccontare il Trentino nella sua autenticità.

Il Trentino dispone di una rete importante di cantine, vignaioli e

produttori, ma non tutti hanno necessariamente le stesse risorse per investire nell'accoglienza. Come può il sistema pubblico sostenere anche le realtà più piccole senza omologare l'offerta?

La prima cosa da evitare è che l'enoturismo diventi una competizione basata esclusivamente sulla capacità di investimento. Ci sono aziende strutturate e realtà familiari: non sarebbe corretto chiedere a tutti di offrire la stessa esperienza. Il ruolo della Provincia è accompagnare le imprese, soprattutto quelle che hanno meno possibilità di investimento, sostenendo interventi sull'accoglienza, sulla formazione e sulla promozione.

La nostra Autonomia speciale ci ha permesso di disporre della "cassetta degli attrezzi" e delle risorse per rispondere in modo dedicato alle diverse caratteristiche del tessuto produttivo trentino. Lo facciamo anche attraverso azioni di promozione dedicate, realizzate con Trentino Marketing, la partecipazione a fiere ed eventi internazionali, progetti di co-marketing e interventi specifici a sostegno delle attività enoturistiche. **Sono strategie che ci permettono di accompagnare le imprese senza imporre un modello unico.** Lo facciamo attraverso specifici interventi e bandi di aiuto finanziati con risorse provinciali e – in futuro – con quelle comunitarie dell'OCM vino.

Ma c'è un investimento che considero ancora più importante: quello sulle persone e sulle competenze. Perché per fare enoturismo di qualità non basta avere una bella cantina.

Il vino può diventare una porta

d'ingresso per scoprire un territorio, ma anche il territorio può diventare il motivo per cui un visitatore sceglie una determinata cantina. Quanto è importante, per il Trentino, superare la logica della singola esperienza e costruire itinerari e connessioni tra più realtà?

Il vino può essere il motivo per cui si sceglie una destinazione, ma anche il punto di partenza per scoprirla. E vale anche il contrario: chi arriva in Trentino per altre ragioni può incontrare, attraverso il territorio, il nostro patrimonio vitivinicolo. Per questo dobbiamo favorire percorsi capaci di integrare l'esperienza enologica con ciò che il territorio offre.

L'enoturismo può aiutarci a valorizzare anche i territori meno frequentati, attraverso esperienze autentiche e legate alla nostra identità rurale. **È un modo per far conoscere un Trentino che spesso rimane fuori dai percorsi più battuti.** La sfida è quindi superare la logica della singola iniziativa e costruire una proposta più ampia.

Il turista contemporaneo sembra cercare sempre più esperienze autentiche, contatto con le persone e possibilità di comprendere ciò che sta visitando. Quanto deve cambiare il modo in cui le cantine trentine raccontano il proprio lavoro per intercettare questa domanda?

Il visitatore di oggi vuole capire cosa c'è dietro una bottiglia, incontrare le persone e conoscere le scelte che stanno alla base di un prodotto. Per questo il racconto non

può essere soltanto tecnico o commerciale. Deve saper spiegare cosa significa coltivare una vigna in un territorio di montagna, quali sono le difficoltà, le scelte e il lavoro che ci sono dietro.

Dobbiamo essere in grado di uscire dal nostro “guscio” per raccontare la nostra autenticità. Il Trentino può vantare una generazione di bravi enotecnici in grado di raccontare la propria esperienza sul campo. La Fondazione Edmund Mach rappresenta in questo senso un patrimonio importante; ma **la formazione non può essere considerata un punto di arrivo**: deve accompagnare nel tempo l'evoluzione del settore, soprattutto nella capacità di accogliere e comunicare.

Anche su questo la Provincia (al fianco delle diverse realtà formative del territorio) sta facendo la propria parte. Sosteniamo le opportunità di aggiornamento e crescita professionale. Perché saper fare un buon vino è fondamentale, ma è altrettanto importante saperlo raccontare.

Un altro aspetto decisivo è il rapporto tra enoturismo e operatori dell'accoglienza: hotel, ristoranti, guide, consorzi e Apt. Qual è oggi l'anello della filiera che il Trentino deve rafforzare maggiormente per rendere l'esperienza più integrata?

Più che individuare un anello debole, parlerei della necessità di rafforzare il collegamento tra le diverse componenti dell'offerta. Il turista non ragiona per compartimenti stagni: sceglie dove dormire, dove mangiare, cosa visitare e quali esperienze fare. Per lui è un'unica esperienza del territorio. Guardiamo dunque ad un'ospitalità integrata.

La prossima frontiera è rendere l'enoturismo una parte

naturale dell'offerta turistica trentina, non qualcosa che si aggiunge alla vacanza. Serve quindi un passaggio ancora più profondo: costruire una vera cultura del prodotto e del territorio. E questo significa partire dai nostri figli, favorendo la loro consapevolezza rispetto al valore verso le produzioni dei diversi territori. Le nuove generazioni saranno i consumatori, gli operatori e gli ambasciatori del Trentino di domani.

Guardando ai prossimi anni, quali sono i progetti o le iniziative che la Provincia intende portare avanti per trasformare il lavoro fatto finora in una vera e propria strategia strutturata dell'enoturismo trentino?

Il lavoro dei prossimi anni sarà soprattutto quello di dare all'enoturismo trentino una strategia e una regia più strutturate. In questo percorso, ["Vini e Montagna"](#) è un passaggio concreto: **mette in rete quattro manifestazioni legate ai vini identitari del Trentino e ai territori che li esprimono**, con una promozione e una comunicazione comuni. Non per uniformarle, ma per renderle più riconoscibili come parte di un'unica proposta enoturistica.

Il 2026 segna peraltro un passaggio importante con la nuova governance dell'enoturismo, che coordina questo percorso e accompagna nei prossimi tre anni il lavoro dei comitati organizzatori, insieme a Trentino Marketing, Consorzio Tutela Vini del Trentino, Strada del Vino e dei Sapori e Trentino School of Management. L'obiettivo è avere linee strategiche condivise, una comunicazione coordinata e una maggiore capacità di costruire esperienze. Il progetto prosegue ovviamente nel 2027 con quattro appuntamenti: DiVinNosiola dal 21 marzo al 4 aprile, la Mostra del Teroldego rotaliano dal 21 al 23 maggio, la Rassegna Müller Thurgau Vino di Montagna

dall'1 al 4 luglio e La Vigna Eccellente il 30 settembre e 1 ottobre.

La sfida è trasformare quattro eventi e tanti territori diversi in una proposta riconoscibile, senza perdere le loro identità. È questo il passo che può fare dell'enoturismo una componente sempre più forte della nostra offerta turistica.

Proprio in quest'ottica di confronto e di visione sempre più ampia, sarò presente nel contesto di [FINE #WineTourism Marketplace Italy](#) per un intervento dal titolo **"Territorio e identità nello sviluppo del turismo del vino"**. Sarà un'occasione preziosa in cui, insieme ai rappresentanti di altre regioni italiane, potremo condividere buone pratiche e delineare le traiettorie future del settore, portando la voce e l'esperienza del Trentino in un dibattito di altissimo profilo.

Vorrei chiudere con una domanda forse più personale: quando un visitatore lascia il Trentino dopo aver incontrato una cantina, assaggiato un vino e conosciuto il territorio, quale immagine o quale sensazione vorrebbe che portasse con sé?

Vorrei che portasse con sé la sensazione di aver vissuto un'esperienza autentica, di quelle che lasciano qualcosa e fanno venire voglia di tornare. Magari non solo per bere di nuovo quel vino o scoprirne uno nuovo, ma per ritrovare quel luogo e magari immaginare di viverlo più a lungo.

Se alla fine del viaggio il visitatore pensa "quel vino racconta davvero il luogo da cui proviene", allora abbiamo raggiunto il nostro obiettivo. E mi piace pensare che questa capacità del vino di raccontare un territorio abbia radici profonde: basta ricordare Mozart e quel suo "Versa il vino!

Eccellente Marzemino!” nel Don Giovanni, legato alla tradizione che lo vuole affascinato dal Marzemino durante il suo passaggio a Rovereto.

Se dovessi dirlo in una parola, mi piacerebbe che portasse con sé un po' di Trentino: non solo il ricordo di un vino, ma i volti delle persone incontrate, un paesaggio, una storia e soprattutto la voglia di tornare a vivere quella stessa sensazione.

Punti chiave:

1. **Da prodotto a territorio:** L'enoturismo non è un'attività collaterale della cantina, ma una **leva strategica** per raccontare il paesaggio, la cultura e il lavoro agricolo del Trentino.
2. **Esperienze autentiche e narrazione:** La visita in cantina deve superare la semplice degustazione tecnica per far comprendere il **legame profondo** tra vino, terra di montagna e tradizioni gastronomiche locali.
3. **Strategia di sistema e rete:** È fondamentale superare le iniziative isolate costruendo una **fitta sinergia** tra agricoltura, turismo, ristorazione, Consorzi di tutela e Strade del vino e dei sapori.
4. **Sostegno alle piccole realtà e formazione:** La Provincia supporta le aziende meno strutturate con risorse dedicate e **investimenti prioritari** sulle competenze umane e sulla capacità di accoglienza.
5. **Nuova governance e grandi eventi:** Il progetto **“Vini e Montagna”** mette in rete quattro manifestazioni identitarie coordinate da una regia unitaria insieme a Trentino Marketing e Trentino School of Management.

