

Oltre la retorica del vino: il racconto autentico di Francesca Tinazzi

scritto da Fabio Piccoli | 11 Febbraio 2026



Francesca Tinazzi, responsabile del controllo di gestione dell'omonima azienda vinicola, racconta un approccio imprenditoriale fatto di numeri, pianificazione strategica e sostenibilità. L'intervista esplora la convivenza generazionale, il ruolo dell'enoturismo e una visione del settore vitivinicolo basata su concretezza e responsabilità d'impresa.

Tinazzi è oggi una vera e propria **family estate**, guidata da Gianandrea Tinazzi insieme ai figli Francesca e Giorgio, con tenute in **Veneto** (Valpolicella e Lago di Garda), **Puglia** e **Toscana**. Una delle realtà del vino italiano più dinamiche e contemporanee, capace di coniugare un forte radicamento

territoriale con una visione chiara e coraggiosa dei mercati moderni e delle nuove tendenze di consumo.

Eppure, parlando con Francesca Tinazzi, ci si accorge subito di una cosa: **di vino, in senso stretto, si parla pochissimo**. E questa, a mio avviso, è una bellissima notizia.

Raramente mi è capitato di incontrare imprenditori del vino così trasparenti. In un settore che spesso si racconta attraverso narrazioni rassicuranti e stereotipate – la passione, il sogno, l'amore incondizionato per il prodotto – Francesca sceglie una strada più complessa ma infinitamente più ricca: quella della **verità**.

In questa conversazione emergono numeri, responsabilità, strategie, ma anche dubbi, timori, fatica, visione e scelte di lungo periodo. Ne esce un ritratto autentico dell'essere imprenditori del vino oggi, e allo stesso tempo una riflessione potente sul valore di una comunicazione più diretta, più umana, più credibile. Se davvero diciamo di cercare esperienze autentiche, forse è da qui che dobbiamo partire.

Francesca, restare nell'azienda di famiglia è stata una scelta o un percorso inevitabile?

È stata una scelta, ma arrivata per gradi. Ho fatto il liceo classico perché amavo il latino e il greco, poi però mi sono detta che dovevo trovare una strada più concreta. Quando ho pensato a cosa fare, ho scelto economia, senza avere ancora un'idea precisa di dove sarei arrivata.

Dopo la laurea ho fatto un'esperienza fuori dall'azienda, lavorando prima con un importatore e poi scegliendo di continuare a studiare con un MBA. Quello è stato un passaggio fondamentale, perché mi ha dato strumenti, metodo e soprattutto autonomia.

Quanto ha contato lavorare fuori dall'azienda di famiglia?

È stato decisivo. Ho lavorato per cinque anni in una grande azienda, occupandomi di controllo di gestione e poi di finanza e tesoreria corporate. Lì ero una dipendente come tutte le altre: avevo uno stipendio, degli obiettivi, delle responsabilità precise.

Quell'esperienza mi ha insegnato due cose fondamentali. La prima è cosa significa stare "dall'altra parte", essere un dipendente. La seconda è una libertà enorme: sapere che posso farcela anche altrove. Non sono rimasta in azienda perché non avrei avuto alternative, ma perché ho scelto di esserci.

Quando sei rientrata in Tinazzi, cosa hai voluto costruire?

Un progetto. Quando mio papà mi ha proposto di rientrare occupandomi del controllo di gestione, ho accettato perché finalmente vedevo uno spazio dove potermi esprimere. Ho costruito da zero il controllo di gestione in azienda, ed è lì che mi sento davvero a casa.

Io non sono innamorata del vino in senso romantico. Mi piace, certo, ma sono innamorata dei **piani ben riusciti**. Mi interessa che lo sforzo porti a un risultato, che le scelte siano coerenti, che l'azienda sia solida. Questa è la mia passione.

Una visione che rompe un po' gli schemi del racconto classico del vino.

Sì, perché spesso il vino viene raccontato come se bastasse la passione. Ma un'azienda deve stare in piedi. I numeri contano, la responsabilità conta, la coperta è sempre corta e bisogna decidere dove investire e dove no. E per fortuna c'è chi questo lavoro non solo lo fa, ma lo ama davvero.

Tinazzi è una realtà familiare molto particolare, con una convivenza generazionale forte. Qual è il segreto?

La complementarità. Io sono quella dei numeri, dei contratti, dei piani. Mio papà è il visionario, quello che guarda sempre oltre. Mio fratello Giorgio è l'uomo delle vendite, quello che macina chilometri e apre mercati.

La cosa fondamentale è che **non ci pestiamo i piedi**. Ognuno ha il suo ruolo e lo rispetta. Io non mi permetto di dire a mio fratello come deve approcciare un cliente, e nessuno entra nel mio campo quando si parla di pianificazione e controllo. È un equilibrio raro, ma quando funziona fa tutta la differenza.

Che ruolo ha oggi tuo padre in azienda?

Un ruolo fondamentale. Mio papà è una presenza costante e un punto di riferimento enorme. Ha vissuto fasi molto diverse del mercato, momenti difficili e momenti di crescita, e questo gli dà una capacità di vedere le cose con profondità e lucidità.

Nei momenti complessi è lui a ricordarmi che non si può guardare solo il presente o solo i numeri di un anno. La sua forza è una visione di lungo periodo, unita a una determinazione incredibile.

Che tipo di imprenditore è Gianandrea Tinazzi?

È una persona estremamente seria e profondamente umile. Non ama proclamare valori o riempirsi la bocca di parole come "onestà" o "etica". Le vive. Ogni giorno.

Mi ha insegnato che la credibilità non si dichiara, si costruisce nel tempo, con coerenza, sacrificio e rispetto degli impegni presi. Questa è una lezione che vale nel lavoro,

ma anche nella vita.

Un altro tema centrale del tuo percorso è la sostenibilità. Da dove nasce?

Ancora una volta dal controllo di gestione. La sostenibilità è, in fondo, la stessa logica applicata a un perimetro più ampio: analizzi il passato, misuri, ti dai obiettivi, migliori. È un processo di conoscenza profonda dell'azienda.

Io sento il bisogno di conoscere ogni piega: quanto costa tutto, dove margina, dove possiamo migliorare, dove ha senso investire. La sostenibilità mi permette di fare questo, aggiungendo anche una dimensione sociale che ritengo fondamentale.

E proprio questa dimensione sociale sembra avere un peso crescente...

Sì, perché un'azienda non vive nel vuoto. Viviamo in una società, e non possiamo solo prendere. Aprirci, creare opportunità, investire sulle persone è stato un cambiamento importante anche per noi. Ed è un percorso che arricchisce l'azienda, ma anche chi ci lavora.

Parliamo di enoturismo: perché è diventato così centrale?

È nato da una visione di mio papà, come molte cose. L'idea era semplice: le proprietà devono essere vissute, non solo possedute. Da lì è partito tutto: ristrutturazioni, accoglienza, ospitalità.

Per me è stato un percorso graduale. All'inizio non era il mio mondo, poi ho capito che era stimolante, complesso, diverso. Oggi lo considero un tassello fondamentale: richiede professionalità, attenzione maniacale ai dettagli e una grande

squadra.

Cosa rende davvero sostenibile questo progetto?

Le persone. Abbiamo collaboratori profondamente legati all'azienda, pronti a mettersi in gioco anche oltre il proprio ruolo. Questo non succede per caso: è il frutto di una cultura aziendale che responsabilizza e coinvolge.

Guardando al futuro, cosa ti rende più ottimista?

Il turismo e l'accoglienza. Il mercato del vino sta cambiando profondamente, e continuerà a farlo. Ma se apri luoghi autentici, curati, coerenti con una filosofia reale, le persone arrivano.

Oggi fare un buon vino non basta più. Creare esperienze vere, credibili, umane può fare la differenza. E credo che, in questo, abbiamo fatto scelte lungimiranti.

Ti senti più imprenditrice o più figlia d'arte?

Entrambe le cose. Sono orgogliosa che l'azienda porti il mio cognome, ma resto qui perché lo voglio. Perché mi piace costruire, decidere, affrontare problemi, lavorare su progetti complessi. È questo che dà senso al mio lavoro.

Punti chiave

- 1. Formazione esterna decisiva:** Francesca ha lavorato cinque anni fuori dall'azienda familiare acquisendo

competenze in controllo di gestione e autonomia professionale.

2. **Complementarietà generazionale:** padre visionario, Francesca ai numeri e pianificazione, fratello Giorgio alle vendite, ognuno con ruoli distinti e rispettati.
3. **Passione per i piani, non solo vino:** l'amore per il prodotto cede il passo alla gestione efficace, ai risultati misurabili e alla solidità aziendale.
4. **Sostenibilità come controllo di gestione:** approccio metodico che analizza costi, margini e opportunità di miglioramento su un perimetro più ampio.
5. **Enoturismo strategico:** le proprietà devono essere vissute, creando esperienze autentiche che rappresentano il futuro del settore vitivinicolo.