Luca Carnevali: l’arte dell’ospitalità vinicola nella Laguna di Venezia

scritto da Redazione Wine Meridian | 17 Febbraio 2025



Luca Carnevali, vincitore del Best Wine Hospitality Manager nella categoria Intrattenitore, guida l’ospitalità di Venissa trasformando ogni visita in un’esperienza memorabile. Con un background insolito e una grande passione per il vino, racconta la sua visione dell’enoturismo, le sfide di promuovere Venezia come destinazione enoturistica e i suoi obiettivi per il futuro.

Creare un’esperienza enoturistica memorabile significa saper raccontare il vino, il territorio e la cantina con passione e autenticità. **Luca Carnevali**, vincitore nella categoria **Intrattenitore** del concorso **Best Wine Hospitality Manager**, ha saputo distinguersi proprio per la sua capacità di trasformare

ogni visita in un viaggio emozionale, capace di coinvolgere gli ospiti e lasciare un segno indelebile.

Dal **2021**, Carnevali è **Wine Hospitality Manager di Venissa**, un luogo unico che unisce enologia, ospitalità e alta gastronomia nel cuore della laguna veneziana. Qui si confronta ogni giorno con visitatori da tutto il mondo, dai **wine lovers internazionali** ai professionisti del settore, offrendo esperienze che superano le aspettative grazie a uno stile narrativo coinvolgente, ironico e mai ingessato.

Lo abbiamo intervistato per approfondire la sua visione dell'enoturismo e scoprire cosa significa fare accoglienza in un contesto così unico e ambizioso.

Raccontaci un po' di te: come sei arrivato a lavorare nell'hospitality e qual è il tuo ruolo attuale?

Faccio parte, come molti della mia generazione, di coloro che a 30 anni hanno deciso di cambiare radicalmente vita. La mia prima esperienza professionale è stata nel campo delle emergenze umanitarie e negli studi ad esse correlati, un settore completamente diverso da quello in cui lavoro oggi. Tuttavia, essendo originario dell'Oltrepò Pavese, il mondo del vino mi ha sempre affascinato, pur non provenendo da una famiglia di produttori o appassionati.

Ho iniziato il mio percorso diventando **Sommelier AIS** presso la Delegazione di Pavia, inizialmente solo per interesse personale. Con il tempo, però, ho maturato sempre più l'idea di trasformare questa passione in una professione. Quando ho visto l'opportunità di lavorare a **Venissa**, un progetto che seguivo e ammiravo da tempo, ho deciso di lanciarmi in questa nuova avventura. Fortunatamente, è andata bene: ho iniziato come **Wine Specialist**, e grazie alla formazione continua – non solo sul vino (WSET), ma anche sulla comunicazione e lo

storytelling enologico (Master ALMA-AIS, Master in Marketing RCS School) – oltre ai buoni risultati raggiunti, sono diventato prima **Wine Hospitality Manager** e, da pochi giorni, **Wine Ambassador di Venissa**.

Qual è stato il momento più significativo della tua carriera nel settore enoturistico?

Potrebbe sembrare una sciocchezza, ma credo sia stato la prima volta che un cliente si è complimentato con me per l'esperienza superiore alla aspettative che aveva appena vissuto. Nonostante la preparazione e l'impegno, credo che tutti, soprattutto all'inizio, viviamo sempre un po' la sindrome dell'impostore e quell'episodio mi ha fatto pensare "ok, posso dire la mia"

Quali sono le sfide più grandi che affronti nel tuo lavoro e come le superi?

Nel caso particolare di Venissa, che si trova a Venezia e precisamente sull'isola di Mazzorbo, la sfida più grande è per l'appunto rendere questa area celeberrima nel mondo per la propria bellezza artistica e naturalistica, anche una zona rilevante da un punto di vista enologico ed enoturistico ed è chiaramente un lavoro di grande pazienza e costanza ma anche molto stimolante, il brand Venezia è ovviamente fortissimo in tutto il mondo e riuscire ad associarlo al vino e all'enoturismo è il grande obiettivo che ci poniamo.

Secondo te, cosa rende un'esperienza enoturistica davvero memorabile per un visitatore?

Credo che la più grande responsabilità di un **Wine Hospitality Manager** sia trasformare un'esperienza enoturistica in qualcosa

di memorabile, andando oltre la semplice somma degli elementi che la compongono. **Non basta avere un vino eccellente, una cantina affascinante o un servizio tecnicamente impeccabile** se tutto questo non si traduce in un'esperienza che gli ospiti vogliano raccontare e condividere con amici, parenti e colleghi.

Per me, la più grande soddisfazione – e il segnale di un vero successo – è proprio questo: quando qualcuno raccomanda l'esperienza vissuta a Venissa alle persone a cui tiene di più. Significa che siamo riusciti a lasciare un segno, soprattutto in un contesto come la **Laguna di Venezia**, meraviglioso ma non sempre di facile accesso.

Quali obiettivi ti dai per quest'anno sul fronte enoturistico?

L'obiettivo di quest'anno è quello di cercare di mettere sempre di più Venezia e la Laguna sulla mappa dell'enoturismo, ed in particolare Venissa naturalmente grazie alla sua unicità ampelografica ed estetica.

Quali consigli daresti a chi vuole intraprendere questa professione?

Sicuramente di aggiornarsi sempre, sapere benissimo almeno l'inglese ed aggiungere alla preparazione strettamente tecnica sul vino anche competenze collaterali come comunicazione, marketing e public speaking, ad esempio.

Cosa credi serva all'enoturismo italiano per crescere e competere a livello internazionale?

Sicuramente fare rete. Anche se dipende anche dalla capacità dei territori di farlo tra cantine prima di tutto e poi imprenditori "illuminati" che riconoscano nell'enoturismo

un’evoluzione necessaria poiché esso è un amplificatore di pubblicità, di opportunità e ultimo ma non ultimo, di vendite.

Scopri gli altri vincitori…

- *Andrea Monico: l’arte di trasformare l’enoturismo in un’esperienza strategica e indimenticabile*
- *Martina Centa: raccontare il vino attraverso le emozioni*
- *Caterina Mataluna: l’enoturismo italiano deve puntare sull’anima, non sulla perfezione*

Punti chiave

1. **Luca Carnevali ha trasformato la sua passione per il vino in una carriera** nell’ospitalità enoturistica.
2. **Il suo obiettivo è promuovere la Laguna di Venezia** come destinazione enoturistica d’eccellenza.
3. **Crede che un’esperienza memorabile nasca dalla combinazione di storytelling, accoglienza e vino** di qualità.
4. **Sottolinea l’importanza della formazione continua in comunicazione, marketing e lingue straniere**.
5. **Ritiene che l’enoturismo italiano debba crescere** attraverso la collaborazione tra cantine e territori.