

# “Il vino è un percorso, non una scorciatoia”

scritto da Fabio Piccoli | 2 Dicembre 2025



*Gianandrea Tinazzi racconta la nascita e l'evoluzione del suo gruppo vitivinicolo: dalle consegne porta a porta agli investimenti nei territori più vocati d'Italia. Un percorso fatto di sacrificio, visione e rispetto dei tempi naturali del vino, con l'ingresso in azienda dei figli Giorgio e Francesca che proietta l'impresa verso il futuro.*

La storia del Gruppo Tinazzi non nasce da un piano industriale, né da investimenti calcolati a tavolino. Nasce da una scena semplice e concreta: **un ragazzo che accompagna il padre a consegnare il vino porta a porta**, caricando le cassette in macchina e bussando alle porte dei ristoratori, uno ad uno.

«Non c'erano strategie, allora» ricorda oggi **Gianandrea**

**Tinazzi.** «C'era il lavoro. C'era l'idea che si deve fare, e si fa. È lì che ho imparato tutto: il valore della fatica, del rapporto diretto con le persone, della parola data».

Da quella quotidianità essenziale, da quell'apprendistato fatto di strada e di mani sulle bottiglie, prende forma negli anni una delle realtà oggi più dinamiche del vino italiano. Un'azienda che ha saputo crescere a livello internazionale mantenendo una cifra rara: **evolversi senza snaturarsi**, investire nei mercati senza perdere la vocazione dei territori, crescere senza mai rinunciare alla propria identità.

Ne abbiamo parlato con con Gianandrea Tinazzi fondatore e titolare oggi di uno dei gruppi del vino più interessanti e direi "contemporanei, nel panorama delle realtà vitivinicole del nostro Paese.

**Gianandrea, quando hai capito che il vino sarebbe diventato la tua strada?** Credo che la consapevolezza sia maturata col tempo. Per me il vino all'inizio era soprattutto lavoro quotidiano: le consegne, l'incontro con i clienti, la gestione di mille problemi. Non c'era romanticismo, c'era responsabilità. Poi, piano piano, è arrivata la visione: capire che potevamo crescere, che potevamo costruire qualcosa di grande senza tradire chi eravamo. Una tappa chiave è stata **Tenuta Valleselle** a Bardolino acquisita nel 1986: lì ho capito che la nostra storia avrebbe avuto un respiro più ampio.

**Il vino è un processo "lento". Non si può improvvisare.** Sì. Il vino non sopporta scorciatoie. È un processo lungo, dove accompagna la natura e allo stesso tempo la interpreti. Puoi essere bravo, puoi essere preparato, ma poi arriva un'annata complicata e ti ricorda che non comandi tu. Questo ti educa all'umiltà e alla costanza. E poi c'è il sacrificio. I risultati arrivano solo così. Non per caso, non per fortuna.

**Se dovessi indicare le tappe che hanno segnato la vostra crescita?** □ Tenuta Valleselle è stata la svolta. Poi l'investimento nei territori più vocati: **Puglia nel 2001, Valpolicella, nel 2015 e Toscana nel 2021.** Ma la tappa più importante è un atteggiamento: **non accontentarsi mai.** Guardare a ciò che si è fatto con gratitudine, ma non con compiacimento. Non dire "abbiamo fatto abbastanza". Continuare a immaginare cosa si può migliorare, fare con più consapevolezza e bellezza. Io non sono uno che va in barca a vela (pur essendo uno sport bellissimo): io cerco di costruire luoghi che possano dare emozione. Il vino, alla fine, è anche questo.

**Hai detto: "Non mi interessa accumulare, mi interessa creare bellezza".** □ Sì. Io non guardo ai luoghi come proprietà. Li guardo come luoghi da vivere. Il vero lusso non è possedere: è **sapere vedere. Il vero lusso, a mio parere, non è avere. È vedere. È essere in grado di emozionarsi davanti a ciò che si è costruito.** □ Quando cammino nelle nostre tenute e sento che quel paesaggio può dare emozione, lì capisco che stiamo andando nella direzione giusta.

**Qual è oggi il sogno che guardi avanti?** □ Continuare a far crescere la nostra realtà restando fedeli a ciò che siamo. Rendere le nostre tenute sempre più vive, accoglienti, sostenibili. E lasciare un'eredità non solo materiale, ma culturale.

In questa direzione desidero sottolineare come l'ingresso in azienda dei miei figli, Giorgio e Francesca, ormai diversi anni fa, abbia dato nuovo slancio al nostro gruppo: nuove idee, nuove energie e soprattutto una visione più ampia e proiettata al futuro. Questo mi rassicura molto, perché sono convinto che un'impresa non debba rimanere ancorata solo al suo fondatore, ma debba saper guardare lontano. Avere dei figli che non solo hanno abbracciato il mio progetto, ma che ogni giorno contribuiscono ad arricchirlo con il loro lavoro e la loro creatività, mi dà ulteriore forza e grande ottimismo

per il futuro.

**E la tua maggiore paura?** □ Smettere di crescere. Adagiarsi. Quando uno si siede, è finito. Io lo vedo: chi vive solo la logica dei numeri, chi guarda all'azienda come un foglio Excel, oggi è in difficoltà. I conti sono importanti, certo, ma senza visione sono solo cifre. I conti sono importanti, certo, ma **non possono essere l'unica bussola**.

**Il vino è un equilibrio tra visione e realtà.** □ Esattamente. E l'equilibrio si costruisce ogni giorno.

In un'epoca in cui molte imprese inseguono il mercato, Tinazzi rappresenta un esempio raro: **cresce senza dimenticare da dove viene**, guarda avanti senza perdere radici, costruisce valore senza cedere all'ossessione dell'accumulo. □ Nel vino, come nella vita, è il tempo a dare significato. E qui, il tempo è stato rispettato.

---

## Punti chiave

1. **Dalle origini umili alla crescita nazionale:** il Gruppo Tinazzi nasce dalle consegne porta a porta, evolvendosi in una delle realtà più dinamiche del vino italiano.
2. **Investimenti strategici nei territori vocati:** acquisizioni chiave come Tenuta Valleselle (1986), Puglia (2001), Valpolicella (2015) e Toscana (2021).
3. **Filosofia aziendale basata sulla bellezza:** non accumulare proprietà ma creare luoghi capaci di emozionare, rispettando i tempi naturali del vino.
4. **Passaggio generazionale con Giorgio e Francesca:** l'ingresso dei figli porta nuove energie e visione futura, garantendo continuità e innovazione.
5. **Crescita senza perdere identità:** il gruppo si espande

internazionalmente mantenendo valori, vocazione  
territoriale e autenticità originaria.