

Hospitality Manager: le 5 competenze chiave per conquistare il turismo del vino

scritto da Lavinia Furlani | 20 Gennaio 2025



L'indagine nazionale di Wine Tourism Hub evidenzia le competenze chiave per l'Hospitality Manager ideale, con focus su abilità comunicative, linguistiche e storytelling. Queste skills, unite a conoscenze tecniche e capacità di organizzare esperienze, sono fondamentali per rispondere alle esigenze di un pubblico internazionale sempre più esigente nel turismo enologico.

Con il turismo enologico in continua evoluzione, l'Hospitality Manager è diventato una figura chiave per le cantine italiane. Le aspettative verso questa professione sono cresciute,

richiedendo un mix sempre più articolato di competenze.

La recente indagine nazionale di Wine Tourism Hub ha fatto luce sulle qualità ritenute indispensabili dalle aziende per il personale dedicato all'accoglienza, evidenziando come le richieste del pubblico, sempre più esigente e internazionale, si orientino verso esperienze autentiche e coinvolgenti.

Le competenze più richieste

Ecco una panoramica delle principali skills emerse dall'indagine:

1. Abilità comunicative e relazionali (36,2%)

L'aspetto umano è centrale nell'enoturismo. I visitatori cercano esperienze che li coinvolgano emotivamente e li facciano sentire parte di una storia. L'Hospitality Manager ideale è una figura in grado di accogliere, ascoltare e instaurare un dialogo autentico con il turista, trasformando una semplice visita in un ricordo memorabile.

2. Competenze linguistiche (31,5%)

Con il crescente afflusso di turisti internazionali, padroneggiare almeno una lingua straniera, preferibilmente l'inglese, è ormai imprescindibile. La capacità di spiegare i dettagli dei vini, raccontare la storia dell'azienda e rispondere alle domande in modo fluido è un elemento chiave per offrire un'accoglienza professionale.

3. Conoscenza dei vini e del territorio (27,7%)

Sebbene sia meno prioritaria rispetto alle soft skills, la conoscenza approfondita del vino, delle tecniche di produzione e delle caratteristiche del territorio è fondamentale per trasmettere credibilità e per rispondere in modo preciso alle domande degli enoturisti più esperti.

4. Capacità di organizzare eventi (3,1%)

L'enoturismo non si limita alla visita in cantina: la pianificazione di eventi, degustazioni tematiche e attività esperienziali rappresenta un valore aggiunto per attrarre e fidelizzare i visitatori.

5. Utilizzo di strumenti digital e social (1,5%)

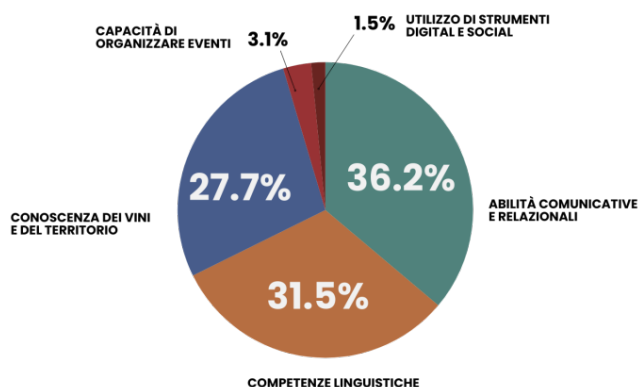
Sebbene meno considerato, l'utilizzo di piattaforme digitali per promuovere eventi e interagire con i clienti sui social media è un'abilità che può ampliare la portata dell'enoturismo, attirando un pubblico più giovane e dinamico.

Leggi anche: [Enoturismo italiano: i 5 ostacoli che frenano lo sviluppo del turismo del vino](#)

Un dato trasversale emerso dall'indagine riguarda la capacità di raccontare l'azienda attraverso lo storytelling. Questa skill non è elencata direttamente nelle competenze principali, ma rappresenta un fil rouge che unisce le abilità comunicative, linguistiche e di conoscenza del territorio.

Raccontare storie autentiche e coinvolgenti consente di creare un legame emotivo tra il turista e il brand. Una narrazione efficace può anche amplificare il valore percepito del prodotto, contribuendo a fidelizzare il visitatore e a trasformarlo in un ambasciatore del marchio.

QUALI COMPETENZE RITENETE PIÙ IMPORTANTI PER IL PERSONALE DEDICATO ALL'ACCOGLIENZA ENOTURISTICA?



Le
co
mp
et
en
ze
em
er
se
da
ll

'i
nd
ag
in
e
de
li
ne
an
o
un
pr
of
il
o
di
Ho
sp
it
al
it
y
Ma
na
ge
r
ch
e
va
be
n
ol
tr
e
la
co
no

sc
en
za
te
cn
ic
a
de
l
vi
no
.
Em
pa
ti
a,
co
mu
ni
ca
zi
on
e
e
ca
pa
ci
tà
di
in
te
rf
ac
ci
ar
si
co

n
un
a
cl
ie
nt
el
a
gl
ob
al
e
so
no
le
ch
ia
vi
pe
r
il
su
cc
es
so
.

Per le cantine italiane, investire nella formazione del personale dedicato all'accoglienza è ormai imprescindibile. Solo così sarà possibile competere in un mercato sempre più competitivo e valorizzare appieno le straordinarie potenzialità del turismo enologico italiano.

Punti chiave

1. **Empatia e comunicazione:** Le abilità relazionali sono prioritarie per creare un'esperienza coinvolgente e memorabile per i visitatori.
2. **Competenze linguistiche:** La padronanza dell'inglese è imprescindibile per accogliere e interagire con turisti internazionali.
3. **Conoscenze tecniche:** Approfondire vino e territorio rafforza la credibilità e soddisfa gli enoturisti esperti.
4. **Eventi esperienziali:** Organizzare degustazioni e attività tematiche aumenta il valore dell'offerta enoturistica.
5. **Storytelling efficace:** Raccontare storie autentiche lega emotivamente il visitatore al brand e al territorio.