

“Per visitare in cantina telefonare”: il modo migliore per non vendere vino ai giovani

scritto da Lavinia Furlani | 15 Dicembre 2025



Le cantine italiane rischiano di perdere i clienti giovani pretendendo prenotazioni telefoniche in orari d'ufficio. Il 62% dei millennial e Gen Z evita le chiamate, preferendo soluzioni digitali immediate. Mentre i vini italiani vincono premi internazionali, i sistemi di prenotazione restano fermi al passato, trasformando ogni visita in un'odissea burocratica che allontana potenziali appassionati.

Il telefono squilla in cantina. Una, due, tre volte. Nessuno risponde. Riprovi dopo pranzo: occupato. Cerchi sul sito web aziendale: le informazioni sulle visite sono sepolte in un

paragrafo scritto quattro anni fa, nascosto nella sottosezione “Contatti” (se lo trovi).

Alla fine ci rinunci e prenoti quella cantina in Toscana che ha un bel bottone “Prenota la tua visita” sulla homepage. Benvenuti nel paradosso del turismo enologico italiano: abbiamo i vini migliori del mondo, le cantine più belle e autentiche d’Europa, ma prenotare una visita è spesso un’odissea degna di Omero.

Il telefono? No grazie, io sono della Gen Z

I dati della ristorazione dovrebbero far suonare più di un campanello d’allarme anche nel mondo del vino. Secondo un’indagine recente di [Uswitch](#), il 62% dei giovani tra i 18 e i 34 anni evita attivamente le telefonate: ignora la chiamata, risponde via messaggio o cerca soluzioni online. Un quarto di loro non risponde mai a numeri sconosciuti. Quasi il 70% preferisce scrivere piuttosto che parlare al telefono.

Ora, immaginiamo un millennial appassionato di vino naturale che vuole visitare quella piccola cantina biodinamica di cui tutti parlano. Apre il sito: foto bellissime delle vigne al tramonto, la filosofia aziendale scritta in caratteri eleganti, magari anche un video emozionale con il nonno del produttore. Perfetto. E le visite? Dopo dieci minuti di navigazione tra pagine e sottopagine trova un misero “Per informazioni chiamare il numero 0123-456789 dal lunedì al venerdì, ore 9-12”.

Le aziende sanno chi chiama in azienda, ma non sapranno mai chi ha chiuso il sito e NON ha chiamato.

“Non vogliamo disturbare”

E se le cantine italiane facessero sentire il visitatore come se stesse chiedendo un favore personale? Le informazioni sulle

visite sono trattate come un segreto di stato, nascoste nei meandri di siti web fermi al 2015. Quando le trovi, scopri orari impossibili (“solo il secondo martedì del mese”), contatti vaghi (“per prenotazioni, contattare la segreteria”) o il classico “telefonare per concordare”.

Il messaggio implicito è: “Se proprio insisti a venire, chiamaci. Ma non disturbare troppo, che qui si lavora”.

Eppure queste stesse cantine si lamentano della scarsa affluenza, dell'enoturismo che non è una reale fonte di ricavo, dei giovani che bevono spritz invece di Nebbiolo. Come dargli torto? Per prenotare uno spritz basta un tap su un'app. Per visitare una cantina serve la determinazione di Cristoforo Colombo.

Punti chiave

1. **Il 62% dei giovani (18-34 anni)** evita attivamente le telefonate e preferisce comunicare via messaggio o prenotare online.
2. **Le cantine italiane nascondono** le informazioni sulle visite in siti obsoleti con orari impossibili e contatti vaghi.
3. **Prenotare uno spritz richiede un tap**, visitare una cantina di Nebbiolo richiede la determinazione di Cristoforo Colombo.
4. **Il messaggio implicito delle cantine** è “non disturbare”: le visite sembrano un favore personale invece che un servizio.
5. **Il paradosso dell'enoturismo italiano:** vini da Oscar mondiale ma sistemi di prenotazione da incubo digitale.

