

Il ruolo delle donne nel turismo del vino: una tendenza in crescita

scritto da Redazione Wine Meridian | 13 Maggio 2024



Negli ultimi anni, il turismo del vino ha visto un cambiamento significativo nella **demografia** dei suoi partecipanti. Questo è quello che l'[Associazione Nazionale Le Donne del Vino](#) ha affermato durante l'ultima edizione di Vinitaly.

Se una volta erano prevalentemente gli uomini a frequentare le cantine per degustazioni e tour, oggi le donne sono diventate una **presenza dominante** e influente in questo settore. Questo spostamento è evidente non solo nei numeri, ma anche nella cultura popolare, come dimostrato dai film "Wine Country" del 2019 e "Sideways" del 2004, che riflettono rispettivamente il nuovo e il vecchio panorama del turismo enologico.

Il recente film **“Wine Country”** illustra un gruppo di **sei amiche** in visita alle cantine di Napa, California, mettendo in luce come le esperienze enoturistiche siano diventate popolari tra le donne. Al contrario, **“Sideways”** seguiva **due uomini** in un viaggio attraverso le regioni vinicole, rappresentando l’immagine classica del turismo del vino di quindici anni fa. Questi film non solo raccontano storie di viaggi e vino, ma riflettono anche una chiara **evoluzione** nel profilo dei visitatori delle cantine.

Nel suo Report Enoturismo e Vendite Direct-to-Consumer, Divinea – Wine Suite dichiara che la maggioranza delle **prenotazioni** è infatti effettuata dal sesso **femminile**, con un’incidenza del 56% sul totale. Una tendenza che continua a riconfermarsi negli anni.

Hospitality Manager: una figura sempre più in mano alle donne

Il turismo del vino italiano si sta colorando di rosa non solo tra i visitatori, ma anche tra coloro che **accolgono** i turisti nelle cantine: il 28% delle imprese enoiche aperte al pubblico impiega solo personale femminile, mentre il 27% presenta una prevalenza femminile. Al contrario, solo il 6,1% delle aziende ha uno staff tutto maschile nel proprio comparto hospitality.

Queste statistiche non sono solo numeri: riflettono una più ampia **predisposizione** delle donne verso le relazioni e l’interazione sociale, aspetti che giocano un ruolo cruciale nell’ospitalità e nel servizio clienti nel turismo enologico. Inoltre, la maggiore scolarizzazione delle donne potrebbe essere un ulteriore fattore che contribuisce alla loro prevalenza nei settori del commercio, del marketing, della comunicazione e, naturalmente, dell’enoturismo.

L’abilità delle donne nello **storytelling** si riflette anche nell’aumento della loro presenza tra i wine bloggers e gli influencer del vino. Ad esempio, nei Sommelier Choice Awards

del 2020, 14 dei 21 vincitori erano donne, un dato che, sebbene non rappresenti un monopolio come nel campo dei food bloggers, evidenzia comunque una **predominanza femminile marcata**.

Questo cambiamento demografico nel turismo del vino non solo arricchisce l'industria con nuove prospettive e approcci, ma potrebbe anche portare a **innovazioni** nel modo in cui il vino viene commercializzato e presentato a un pubblico più ampio e diversificato. **Le donne stanno riscrivendo le regole del gioco nel turismo del vino**, trasformando un'antica tradizione in un'esperienza contemporanea e inclusiva.