

# Basta enofighetti! Nelle cantine vogliamo turisti neofiti perché l'enoturismo deve parlare a tutti

scritto da Lavinia Furlani | 31 Marzo 2025



L'enoturismo deve diventare più inclusivo e attrarre anche i neofiti del vino, non solo gli esperti. Le cantine devono superare un'impronta elitaria, offrendo esperienze coinvolgenti e accessibili a tutti. Eventi dinamici, storytelling emozionale e accoglienza rilassata possono rendere il settore più attrattivo, creando nuove opportunità per far appassionare un pubblico più ampio.

Per anni le cantine hanno inseguito un unico tipo di turista: l'"enofighetto". Il classico enoturista sofisticato, già esperto di vino, disposto a spendere per bottiglie costose e

desideroso di un'esperienza esclusiva. Questo pubblico altamente selezionato è stato il riferimento privilegiato della comunicazione e dell'offerta enoturistica, nella convinzione che rappresentasse il miglior cliente possibile.

Ma oggi le cose stanno cambiando. In un'epoca in cui il vino sta perdendo appeal tra le nuove generazioni, mentre gli spirit guadagnano terreno con linguaggi più accattivanti e dinamici, **è necessario rivedere il concetto stesso di enoturismo.**

Le cantine devono smettere di dare la percezione di essere snob e aprirsi a un pubblico più ampio e variegato. L'enoturismo non deve essere solo per chi già ama il vino e sa esattamente cosa cerca. Deve essere un'esperienza capace di accogliere anche chi si sta avvicinando per la prima volta, chi è semplicemente curioso, chi magari consuma poco vino ma vuole scoprire un territorio attraverso i suoi prodotti.

L'errore più grande che molte aziende vinicole commettono è quello di pensare che il loro pubblico debba essere sempre lo stesso, che l'enoturismo sia un settore di nicchia riservato a chi possiede già una conoscenza avanzata del vino. In realtà, **l'enoturismo è una porta di ingresso straordinaria per coinvolgere nuovi appassionati.** Non si tratta solo di vendere bottiglie in cantina, ma di far vivere un'esperienza che possa accendere un interesse anche in chi non ha mai pensato di approfondire questo mondo.

Ecco perché le aziende devono abbandonare un approccio elitario e cominciare a ragionare in modo più inclusivo. Ci sono tanti modi per attirare un pubblico più variegato: eventi più dinamici, esperienze multisensoriali, abbinamenti con il cibo pensati per essere accessibili anche a chi non è un esperto, attività legate al benessere e alla natura, storytelling meno tecnico e più emozionale.

**Dobbiamo pensare anche a chi oggi non si sente a proprio agio**

**in una cantina.** Quante persone temono di non avere il giusto vocabolario per descrivere un vino? Quante si sentono fuori posto in una degustazione troppo formale? L'accoglienza deve essere rilassata, senza la pretesa di educare forzatamente, ma piuttosto di coinvolgere e appassionare.

In un mondo in cui il vino rischia di perdere rilevanza, ogni persona che si avvicina a una cantina è preziosa. Non possiamo più permetterci di selezionare solo gli enofighetti: è ora di spalancare le porte e accogliere tutti coloro che vogliono vivere un'esperienza unica. Perché il futuro dell'enoturismo non è nell'esclusività, ma nella capacità di coinvolgere e appassionare chiunque varchi la soglia di una cantina.

E se fino a ieri si pensava che solo un pubblico elitario potesse essere il target giusto, oggi dobbiamo comprendere che il vero valore è intercettare nuovi consumatori per farli appassionare al nostro fantastico mondo del vino.

Leggi anche: [\*L'esperto di vino: la peggiore categoria di visitatore che può entrare nella tua cantina\*](#)

---

## Punti chiave

- 1. Enoturismo per tutti:** le cantine devono aprirsi ai neofiti, non solo agli esperti.
- 2. L'approccio snob allontana i potenziali clienti:** serve un'accoglienza più inclusiva.
- 3. Esperienze più dinamiche, con storytelling emozionale e attività accessibili,** possono ampliare il pubblico.
- 4. Il settore deve coinvolgere** chi si sente fuori luogo nelle degustazioni troppo formali.
- 5. Il futuro dell'enoturismo è nella diversificazione** dell'offerta e nella capacità di appassionare nuovi visitatori.

