Quello che l’Argentina ci ha insegnato sull’enoturismo

scritto da Lavinia Furlani | 12 Gennaio 2026



Un viaggio attraverso 22 cantine argentine tra Mendoza e Salta rivela un approccio all’enoturismo profondamente diverso da quello italiano. Dall’accoglienza vissuta come “mito” alla capacità di gestire target diversificati, l’Argentina offre lezioni preziose per ripensare il modello enoturistico del nostro Paese, tra vigne estreme e strategie vincenti.

Siamo appena rientrati dall’Argentina con la sensazione netta che certi viaggi non finiscano quando atterra l’aereo, ma continuino a lavorarti dentro. Ventidue aziende visitate, decine di interviste, chilometri percorsi tra le diverse zone di **Argentina**, e una quantità di stimoli che difficilmente si lasciano ordinare in un’unica riflessione. Ma da qualche parte bisogna pur cominciare.

Il nostro tour enoturistico si è concentrato principalmente nelle varie aree di **Mendoza**, il cuore più strutturato e organizzato dell'enoturismo argentino. Qui le cantine non sono solo luoghi di produzione, ma vere e proprie piattaforme di accoglienza, pensate, progettate e gestite per ricevere numeri importanti di visitatori, con standard altissimi e una visione chiarissima.

Poi ci siamo spinti più a nord, nella provincia di **Salta**, in particolare intorno a **Cafayate**. È qui che l'enoturismo incontra l'estremo: vigneti che crescono a quote impressionanti, cantine diventate celebri in tutto il mondo per lavorare fino a sfiorare i 3.000 metri di altitudine. Visitare la cantina più alta del mondo non è solo un'esperienza tecnica o paesaggistica: è un racconto potente ed epico.

Ed è proprio da qui che nasce la prima, grande differenza rispetto all'Italia. In Argentina l'enoturismo è un mito. **Non un "servizio accessorio", non un'attività collaterale, ma un credo**. Lo percepisci fin dalla prenotazione, lo senti nelle parole di chi ti accoglie, lo vivi nel modo in cui ti viene raccontata la cantina, il vino, la filosofia produttiva. Fare una visita non è mai presentato come qualcosa di ordinario: è un'esperienza "magnifica", in cui vale la pena credere e investire. In Italia, troppo spesso, questo livello di convinzione non è ancora così radicato.

Un altro grande insegnamento riguarda la gestione dei target. **L'Argentina, per certi versi come l'Italia, intercetta pubblici molto diversi: wine lover esperti, certo, ma anche appassionati di natura, di trekking, viaggiatori curiosi che decidono di entrare in cantina quasi per caso, per riempire due ore o per scoprire qualcosa di nuovo**. E qui emerge una consapevolezza forte: non può esistere un solo racconto, un solo canovaccio, un'unica esperienza valida per tutti.

Abbiamo partecipato a degustazioni collettive e individuali, a

percorsi più tecnici e ad altri più emozionali. La differenza non stava tanto nel vino nel calice, quanto nella capacità di adattare linguaggio, profondità, ritmo e contenuti alle persone che avevi davanti. **Un principio semplice, ma ancora troppo spesso sottovalutato**.

Accanto agli spunti positivi, abbiamo raccolto anche errori da evitare, rigidità organizzative, modelli che funzionano solo in certi contesti. Perché viaggiare, soprattutto quando si osserva con attenzione, serve anche a capire cosa non replicare.

È evidente che tutto questo non può essere racchiuso in un solo articolo. Ed è per questo che abbiamo deciso di organizzare un webinar di approfondimento di due ore, in programma **mercoledì 28 gennaio**, durante il quale condivideremo in modo pratico suggerimenti, idee e suggestioni nate direttamente sul campo. Un vero e proprio distillato dell'esperienza argentina, pensato per chi oggi lavora nello sviluppo dell'enoturismo italiano.

Perché guardare lontano, a volte, è il modo migliore per tornare a casa con uno sguardo nuovo.

PARTECIPA AL WEBINAR "IL METODO ARGENTINO"

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

Le ultime dall'Argentina…

- *In Argentina, alla riscoperta delle radici popolari del vino*
- *Non Nuovo Mondo, ma altro mondo*
- *Mariana Juri: il vino come racconto dei territori e leva*

strategica per il turismo argentino

Punti chiave

1. **L’enoturismo come mito:** in Argentina è un credo condiviso, non un servizio accessorio alla produzione vinicola.
2. **Gestione differenziata dei target:** ogni visitatore riceve un’esperienza personalizzata in base al proprio livello di competenza.
3. **Mendoza come hub strutturato:** le cantine sono piattaforme di accoglienza con standard elevati e visione chiara.
4. **Vigne estreme a Salta:** l’enoturismo incontra quote record fino a 3.000 metri, creando racconti potenti.
5. **Webinar del 28 gennaio:** approfondimento pratico di due ore con suggerimenti dall’esperienza sul campo.