

Enoturismo, gli Hospitality Manager si raccontano: “Il fatturato raddoppia, ma in ufficio ci considerano ancora una perdita di tempo”

scritto da Lavinia Furlani | 3 Agosto 2026



Un questionario anonimo raccolto nel Club degli Hospitality Manager di Wine Meridian svela storie di crescita economica concreta nell'enoturismo, con fatturati raddoppiati in alcune cantine. Emergono però anche difficoltà quotidiane: scarso riconoscimento professionale, carichi di lavoro solitari e una cultura aziendale che fatica a considerare l'accoglienza una leva strategica per il business.

Il mio precedente editoriale sul lavoro nell'enoturismo ([Il](#)

[paradosso dell'ospitalità: apprezzata fuori, svalutata dentro](#)) ha acceso una discussione che non immaginavo così ampia. Nei giorni successivi alla pubblicazione ho ricevuto decine di messaggi privati da Hospitality Manager di tutta Italia, tutti pronti a raccontare la propria esperienza. Visto il volume di reazioni, con la redazione abbiamo deciso di portare il confronto direttamente nel [Club degli Hospitality Manager](#) di Wine Meridian e di trasformarlo in qualcosa di più strutturato: **un questionario anonimo, con un'unica domanda aperta, per raccogliere riflessioni, esperienze e punti di vista.**

Le risposte arrivate confermano il tema di fondo del primo articolo e aggiungono sfumature che vale la pena condividere.

Un lavoro percepito come ludico, mai come strategico

Il primo elemento che emerge riguarda la percezione stessa del ruolo. **Una hospitality manager scrive che l'enoturismo “viene spesso percepito come un'attività prevalentemente ludica”,** mentre nella pratica quotidiana richiede “competenze, pianificazione e una visione d'insieme”. Costruire un percorso di visita coerente con l'identità aziendale, selezionare i partner giusti, calibrare il racconto sul pubblico che si ha davanti: tutto questo resta invisibile a chi guarda da fuori, e viene ridotto a un'attività accessoria invece che a una leva di fidelizzazione.

Quando i risultati arrivano, ma la cultura aziendale resta ferma

La testimonianza più diretta arriva da chi racconta un cambiamento concreto in azienda. Per anni l'enoturismo è stato considerato “un'inutile perdita di tempo”, finché quattro anni fa qualcuno ha deciso di affidare la gestione a tempo pieno a una professionista. Il risultato: **il fatturato è più che**

raddoppiato e le presenze nel relais annesso alla cantina sono cresciute nella stessa misura. Eppure, anche di fronte ai numeri, **“dall’ufficio ancora provano a denigrare le visite”**. Uno dei titolari, pur ricoprendo ufficialmente il ruolo di brand ambassador, tratta il cliente finale come **“colui che gli fa perdere tempo e che vuole bere gratis”**. Il paradosso qui è evidente: la crescita del business passa proprio da quella figura che l’azienda continua a considerare marginale.

La solitudine di chi gestisce l’accoglienza da sola

Un altro tema ricorrente riguarda l’organizzazione interna. **Una hospitality manager racconta di aver lasciato linee guida semplici per i colleghi chiamati a sostituirla nei momenti di sovrapposizione** con le visite guidate, linee guida che restano regolarmente disattese, con conseguente accoglienza **“caotica e disorganizzata”**. **La richiesta di affiancare una seconda figura allo shop resta inascoltata**, e la gestione ricade su una sola persona.

Cosa resta da questo primo giro di risposte

Le storie raccolte disegnano un settore a due velocità. Da una parte cantine che, dopo anni di resistenza, **iniziano a investire in figure dedicate** all’ospitalità quando i risultati economici parlano chiaro. Dall’altra un **numero ancora alto di aziende in cui il valore generato dall’accoglienza fatica a tradursi in riconoscimento**, spazio decisionale e supporto organizzativo.

Punti chiave

- 1. Il fatturato raddoppia in alcune cantine grazie a un Hospitality Manager dedicato a tempo pieno.**
- 2. La cultura aziendale resta ferma anche di fronte a risultati economici evidenti e concreti.**
- 3. L'accoglienza viene percepita come attività ludica invece che come leva strategica di fidelizzazione.**
- 4. La gestione solitaria pesa su chi si occupa di accoglienza, spesso senza supporto organizzativo adeguato.**
- 5. Il settore procede a due velocità, tra cantine che investono e altre ancora indietro.**