

Cristina Varchetta: “La cantina deve essere un luogo di tutti e per tutti”

scritto da Veronica Zin | 23 Febbraio 2026



Cristina Varchetta, quarta generazione di Cantine Astroni, ha vinto la categoria “Inclusivo” del Best Wine Hospitality Manager 2026. In questa intervista racconta come trasformare la cantina in uno spazio aperto a tutti: astemi, bambini e famiglie. Attraverso percorsi sensoriali, narrazione territoriale e tour dedicati ai più piccoli, ridisegna i confini dell’enoturismo contemporaneo.

Quando si parla di inclusività nell’enoturismo, **il rischio è di restare nel vago**, enunciando buoni propositi ma senza mai parlare di strategie concrete. Cristina Varchetta, invece, l’inclusività la pratica ogni giorno tra i Campi Flegrei e i vigneti vulcanici di Cantine Astroni.

È grazie a questa concretezza, unita a una visione moderna dell'accoglienza, che ha vinto il riconoscimento nella categoria "Inclusivo" della seconda edizione del concorso Best Wine Hospitality Manager, svoltasi il 4 febbraio 2026 nella cornice della 50ª edizione della fiera Hospitality – Il Salone dell'Accoglienza di Riva del Garda.

Il concorso, promosso da Wine Meridian e Wine Tourism Hub, premia ogni anno i professionisti dell'enoturismo italiano che si distinguono per competenza, sensibilità e capacità di costruire esperienze memorabili.

Quest'anno la categoria "Inclusivo", dedicata a chi sa coinvolgere con successo anche astemi e bambini, superando le barriere tradizionali dell'enoturismo, è andata proprio a lei, esponente della quarta generazione della famiglia Varchetta, che ha saputo **coniugare la solidità di una tradizione familiare con un approccio fresco e professionale alla ricezione turistica.**

Abbiamo intervistato Cristina per conoscere meglio il suo percorso e la sua visione.

Puoi parlarci del tuo background professionale e del tuo percorso nell'hospitality?

Il mio percorso nell'hospitality nasce circa otto anni fa, quasi per sorpresa. Nella vita non avrei mai immaginato di lavorare nell'accoglienza: ero una bambina molto timida e balbuziente, motivo per cui inizialmente avevo scelto una strada più "sicura", quella da ragioniera. A 24 anni, però, ho deciso di rimettermi in discussione: ho lasciato sia gli studi sia l'azienda di famiglia, che da un lato mi proteggeva ma dall'altro non mi permetteva di capire davvero se il vino fosse una passione o solo un dovere.

Ho fatto diverse esperienze e tentativi (persino un concorso

nei vigili del fuoco) finché, grazie a un master in *Wine Business*, ho incontrato una collega con cui abbiamo iniziato a organizzare tour in Costiera Amalfitana per turisti americani. **Lì ho scoperto quanto mi appassionasse il contatto con le persone e il racconto del territorio.** Successivamente ho frequentato ALMA, ho svolto un tirocinio nell'hospitality di cantina e ho fatto esperienza anche da Feudi di San Gregorio.

A quel punto ho scelto di tornare in Cantine Astroni con un accordo chiaro con mio padre: niente burocrazia, ma sviluppo dell'accoglienza, delle esperienze e dell'export. Dopo circa sei anni da quel rientro posso dire di aver trovato la mia dimensione: oggi mi occupo di progettazione delle esperienze enoturistiche, comunicazione e ospitalità, con l'obiettivo di **rendere il vino accessibile, inclusivo e profondamente legato al territorio.**

Quali strategie adottati affinché chi non beve vino si senta comunque protagonista dell'esperienza?

Credo che oggi più che mai le cantine abbiano bisogno di inclusività. **Per me significa rendere la cantina un luogo "di tutti e per tutti",** dove ognuno possa sentirsi accolto indipendentemente dal fatto che beva vino oppure no. Mi piace stimolare il dialogo con le persone e accompagnarle alla scoperta del mondo del vino anche attraverso modalità diverse dalla semplice degustazione: ad esempio con **percorsi di analisi sensoriale che coinvolgono vista, olfatto e udito, oppure attraverso il racconto del territorio, della sua storia e della sua identità.** Non dimentichiamo infatti che il vino non è solo un prodotto: è cultura, paesaggio, tradizione e relazione umana. Spesso capita che anche adulti che inizialmente dichiarano di non bere vino, alla fine del tour si sentano così coinvolti da concedersi almeno un sorso: per me è il segno che l'esperienza ha creato curiosità, fiducia e

partecipazione.

Come hai strutturato l'offerta per i più piccoli?

Con i più piccoli lavoriamo soprattutto sulla curiosità e sull'esperienza diretta.

Negli anni mi sono resa conto che molti bambini arrivavano in cantina un po' annoiati, trascinati dai genitori durante le visite. **Da questa osservazione è nato il tour Flegrella, pensato proprio per loro: un percorso narrativo e sensoriale che racconta la vigna, il territorio vulcanico e la natura in modo semplice, coinvolgente e adatto alla loro età.**

Con i bambini evitiamo linguaggi troppo tecnici e privilegiamo il racconto, le immagini, l'interazione e il contatto con l'ambiente; questa è spesso un'esperienza stimolante anche per noi adulti.

Per me è importante non limitare l'esperienza per i bambini al solo momento della vendemmia, come spesso accade, ma costruire occasioni continuative di scoperta. Il vino è territorio, cultura e natura: se raccontato nel modo giusto può affascinare anche i più piccoli e trasformare la visita in un momento condiviso per tutta la famiglia.

Quali benefici porta l'abbattimento delle barriere tradizionali dell'enoturismo?

Aprirsi a un pubblico eterogeneo significa ampliare lo sguardo e rafforzare il valore culturale dell'enoturismo. Si crea maggiore accessibilità, si fidelizzano pubblici diversi e si costruisce un racconto del vino meno elitario e più contemporaneo.

Questo approccio genera anche benefici economici e di immagine: aumenta il passaparola, favorisce il turismo

esperienziale e rende la cantina un luogo di incontro, non solo di degustazione. **Credo che il futuro dell'enoturismo passi proprio da inclusività, contaminazione culturale e capacità di dialogare con sensibilità differenti.**

Punti chiave

1. **Inclusività come strategia concreta:** Cristina Varchetta rende la cantina accessibile a tutti, anche a chi non beve vino.
2. **Percorsi sensoriali alternativi coinvolgono vista, olfatto e udito per avvicinare gli astemi al mondo del vino.**
3. **Il tour Flegrella è nato per i bambini:** narrativo, sensoriale e pensato per stimolare curiosità sul territorio vulcanico.
4. **Aprirsi a pubblici eterogenei genera benefici economici,** rafforza il passaparola e rende il vino meno elitario.
5. **Il futuro dell'enoturismo passa da inclusività, contaminazione culturale e dialogo con sensibilità diverse.**