

La grande occasione dell'enoturismo in Italia: perché continuiamo a ignorarla?

scritto da Lavinia Furlani | 17 Febbraio 2025



L'enoturismo in Italia è ancora visto come marginale, nonostante il suo potenziale strategico per il settore vitivinicolo. Scetticismo, mancanza di cultura dell'accoglienza e ostacoli burocratici ne rallentano lo sviluppo. È tempo di cambiare mentalità, investire in formazione e strutturare un'offerta capace di creare esperienze memorabili e un rapporto diretto con il consumatore.

Quante volte noi di Wine Meridian ci siamo sentiti dire che l'enoturismo è un'attività marginale per le cantine italiane!

Che sì, può dare un contributo, ma non potrà mai rappresentare un pilastro strategico.

E quante volte ci siamo sentiti stigmatizzare il nostro impegno in questo settore, con il timore che stessimo generando false aspettative? Troppe.

Noi di Wine Meridian investiamo da anni nell'enoturismo, credendo fermamente nel suo potenziale. Eppure, **ci stupisce ancora vedere tanto scetticismo attorno a questo settore**. È proprio questo scetticismo che ci impedisce di dare il meglio, di sfruttare appieno le opportunità straordinarie che l'enoturismo può offrire alle aziende vitivinicole italiane.

L'enoturismo forse è l'unica opportunità per avvicinare il consumatore in un mercato sempre più distante e disaffezionato al prodotto vino.

Perché l'enoturismo è una risorsa imprescindibile

Oggi molte aziende continuano a vedere nell'export l'unico canale strategico per il loro futuro. Ma in un contesto di mercato in cui il consumo di vino non solo cala, ma soprattutto perde *appeal* presso i giovani, **pensare che il vino si possa vendere da solo è un'illusione pericolosa.**

L'enoturismo permette un contatto diretto con il consumatore, un'opportunità unica per:

- Creare fedeltà attraverso un'esperienza diretta e coinvolgente.
- Generare opportunità di *upselling* e *cross-selling* direttamente in cantina.
- Far comprendere il valore reale del vino, educando il consumatore sulle complessità della produzione e sul perché un prezzo adeguato sia essenziale.
- Differenziare le entrate in un momento in cui il mercato

è in profonda trasformazione.

- Generare un impatto positivo su tutto il territorio circostante, creando sinergie con altre realtà turistiche e gastronomiche.

Alla luce di tutto questo, come si può ancora affermare che l'enoturismo sia un fenomeno marginale?

Perché l'enoturismo italiano non decolla?

Nonostante questi vantaggi, il settore fatica ancora a decollare. Perché? Principalmente per tre motivi:

1. **Scetticismo e paura dell'investimento:** Molte aziende temono di investire in risorse umane dedicate all'accoglienza. Ma la realtà è che, se strutturato correttamente, l'enoturismo genera ritorni ben oltre l'investimento iniziale.
2. **Scarsa cultura dell'accoglienza:** L'enoturismo non è una semplice degustazione in cantina. È un business a sé, con dinamiche, strategie e necessità diverse rispetto alla produzione e vendita tradizionale. Serve formazione, visione imprenditoriale e un approccio strategico.
3. **Limiti burocratici e logistici:** Esistono ostacoli normativi e infrastrutturali che rendono più complesso sviluppare l'enoturismo in alcune aree. Ma è fondamentale distinguere tra i limiti su cui non possiamo intervenire e quelli su cui, invece, possiamo agire.

Serve una rivoluzione: crederci davvero

Non possiamo più permetterci di trattare l'enoturismo come un'attività secondaria. Serve un cambio di mentalità da parte degli imprenditori vitivinicoli. Bisogna smettere di

concentrarsi su ciò che non possiamo fare e iniziare a lavorare su ciò che è nelle nostre possibilità.

Quando visitiamo una cantina all'estero, cosa ci resta più impresso? Il vino o le persone che ci hanno accolto? Nel mio ultimo viaggio in Australia, ho assaggiato vini straordinari, ma quello che mi è rimasto impresso sono stati i volti, le storie e l'ospitalità di chi mi ha aperto le porte della sua azienda.

Ecco la vera chiave dell'enoturismo: far vivere un'esperienza, creare un legame, lasciare un ricordo indelebile.

Quindi smettiamola di nasconderci dietro ai soliti alibi e iniziamo a credere nel valore reale dell'enoturismo. Cambiamo *mindset*, solo così potremo trasformarlo in un pilastro strategico per il nostro settore.

Punti chiave

1. **L'enoturismo è un'opportunità strategica per il vino italiano**, ma viene ancora sottovalutato.
2. **Il contatto diretto** con il consumatore crea fedeltà, aumenta le vendite e valorizza il prezzo del vino.
3. **Ostacoli burocratici**, scetticismo e mancanza di formazione rallentano lo sviluppo del settore.
4. **Investire in accoglienza** e formazione è essenziale per far decollare l'enoturismo.
5. **Un cambio di mentalità** è necessario per trasformare l'enoturismo in un pilastro economico.