

Enoturismo: chi comanda i tempi della crescita?

scritto da Veronica Zin | 27 Luglio 2026



Due cantine venete, Vigna Roda e Tenuta Maule, raccontano approcci opposti all'enoturismo. La prima sceglie volontariamente piccoli numeri per garantire un rapporto autentico con l'ospite. La seconda, ben collegata ma poco valorizzata dai consorzi, punta su tecnologia e rischio imprenditoriale. Un confronto che mostra quanto la crescita del settore dipenda tanto dalle scelte aziendali quanto dal territorio circostante.

Continua la serie di interviste a più voci dell'Osservatorio Enoturismo di Wine Meridian. Questa volta abbiamo posto nuove domande a due realtà molto diverse per territorio e approccio: Vigna Roda, piccola cantina dei Colli Euganei, e Tenuta Maule, azienda vicentina che produce Lessini Durello, Gambellara e altre denominazioni del territorio.

Vigna Roda rivendica apertamente la propria piccola scala: la dimensione contenuta, spiegano, è ciò che permette un rapporto diretto con l'ospite, dedicando tempo al racconto e al confronto invece che alla logistica dei grandi numeri. Non a caso l'azienda ha fissato un tetto volontario di circa 40 persone per evento, per **mantenere quel carattere familiare e autentico** che considera il proprio tratto distintivo.

Mauro Maule di Tenuta Maule parte da una posizione opposta: per lui la dimensione aziendale non dovrebbe nemmeno entrare nel discorso, perché **l'enoturismo va costruito sul prodotto e sul territorio**, non sui numeri dell'azienda. Ma quando gli si chiede di guardare a chi in zona ha meno risorse, ammette che le strategie, per forza di cose, cambiano in base a cosa un'azienda può permettersi. Resta però fermo un punto: **senza un po' di rischio imprenditoriale, dice, ci si condanna a offrire "quello che offrono tutti gli altri"**, ed è una battaglia già persa in partenza.

Chi parte da zero: due consigli diversi

Alla domanda su cosa consigliare a chi comincia da un'altra dimensione, le due aziende convergono più di quanto ci si aspetterebbe. Vigna Roda insiste sulla necessità di **definire prima di tutto il pubblico che si vuole accogliere** e di crescere per gradi invece di offrire tutto subito. Maule arriva a una conclusione simile passando da un'esperienza personale: racconta di essersi sentito, da visitatore in altre cantine (anche blasonate), trattato come "un numero da sfruttare", con vini in degustazione che poi non comparivano nemmeno in carta. Per lui il consiglio si riduce a una priorità sola: **il cliente prima di tutto**, prima ancora della struttura o dell'offerta.

Tuttavia, è sui fattori esterni che le due testimonianze si allontanano di più. Per Vigna Roda l'accessibilità è un problema quotidiano molto concreto: gli studenti Erasmus che arrivano da Padova coi mezzi pubblici si trovano spesso a

percorrere oltre un chilometro a piedi in salita dalla fermata dell'autobus, con corse di ritorno scarse. Per l'azienda questo dimostra che **l'enoturismo non può dipendere solo dalle singole cantine: servono collegamenti e promozione del territorio pensati anche per chi viaggia senza auto.**

Maule, al contrario, si dice in una posizione fortunata: la cantina è a cinque minuti da statale, autostrada e stazione ferroviaria. Il problema, per lui, non è la logistica ma la **promozione collettiva**: pur facendo parte di più consorzi (Lessini Durello, Gambellara, DOC Vicenza, oltre al progetto Identità Basaltica), lamenta che manchi ancora una **linea guida comune capace di dare visibilità reale al territorio**, al di là di qualche banco d'assaggio che, ammette, non ha portato i numeri sperati.

Anche sul fronte dei tour operator, le due esperienze si specchiano capovolte. Vigna Roda non ha dovuto cercare nessuno: **sono stati gli operatori a contattarli dopo aver scoperto la cantina**, portando piccoli gruppi stranieri o trasformando riunioni aziendali in giornate di degustazione. Maule, che pure avrebbe la capacità di accogliere due autobus alla volta, fatica a entrare in un mercato dove le agenzie hanno già rapporti consolidati da anni altrove, pur restando convinto che sia uno strumento decisivo, quando funziona.

Tecnologia: raccontarsi o capirsi?

Sul digitale emerge forse il divario più interessante. Vigna Roda ha attivato la prenotazione online ma non usa ancora CRM o strumenti di analisi, pur riconoscendo che investirci sarà necessario; per l'azienda, sul fronte del pubblico, i visitatori italiani si affidano più a social e recensioni, gli stranieri più al passaparola diretto. Tenuta Maule, invece, investe da anni su quattro applicazioni a pagamento dedicate al turismo itinerante (in particolare il pubblico in camper del Nord Europa: Germania, Francia, Austria), oltre a un sito e canali social proprietari. Ma il dato più originale riguarda

l'analisi dei dati: **Maule è lui stesso programmatore e ha sviluppato in proprio il software gestionale della cantina**, con statistiche sui visitatori e il loro ritorno, un livello di maturità tecnologica quasi raro.

Con questo secondo articolo portiamo la storia di due cantine con due letture opposte dello stesso concetto: **chi sceglie la piccola scala come valore e chi vorrebbe crescere ma si scontra con una promozione territoriale ancora frammentata**. Forse la vera domanda, per l'Osservatorio Enoturismo, non è più "quanto conta l'enoturismo per un'azienda", ma **chi decide i tempi e i modi di questa crescita: l'azienda stessa, o il territorio che la circonda?**

Punti chiave

1. **Dimensione contenuta come scelta strategica:** Vigna Roda fissa un tetto di 40 persone per mantenere un'esperienza autentica e diretta.
2. **Accessibilità e trasporti restano un ostacolo concreto per i visitatori senza auto**, secondo Vigna Roda.
3. **Promozione territoriale frammentata:** Tenuta Maule lamenta l'assenza di una strategia comune tra i consorzi locali.
4. **Tecnologia e dati distinguono Tenuta Maule**, che ha sviluppato un proprio software gestionale per analizzare i visitatori.
5. **Tour operator si comportano in modo opposto nei due casi:** cercano Vigna Roda spontaneamente, ma faticano a raggiungere Maule.