Niente vigneti, solo racconto: il modello Grande Cave de Vougeot

scritto da Lavinia Furlani | 3 Luglio 2026



La Grande Cave de Vougeot, in Côte de Nuits, accoglie migliaia di visitatori pur senza possedere vigneti. Il segreto sta in un modello di accoglienza che parte dalla storia del castello Granger e arriva a un dialogo diretto con il pubblico italiano. Un esempio concreto di come la narrazione trasformi l'enoturismo in un'esperienza culturale memorabile.

La sala dove si fa degustazione alla Grande Cave de Vougeot è l'ultima testimonianza superstite di un castello del XIX secolo che oggi non esiste più. **Apparteneva alla famiglia Granger, nobiltà locale conosciuta non per ricchezza ma per generosità**: Henry Granger e la moglie dedicarono la vita a soccorrere orfani, malati, bisognosi, e raccolsero in viaggi

internazionali una collezione di opere di artisti regionali che riempiva l'intera dimora.

Quando la moglie morì agli inizi del Novecento, Henry donò la fortuna e l'intera collezione agli Hospices Civili di Beaune. Prima della Seconda Guerra Mondiale il castello fu demolito. **Le pietre più belle**, spiega David Lebrun-Mougeot, responsabile del caveau, **furono smontate una a una e riutilizzate per ricostruire l'edificio dei nuovi Hospices**.

Si potrebbe pensare che questa storia non c'entri nulla con il vino. **È esattamente il contrario, ed è il primo capitolo che David sceglie di raccontare**. Non comincia dai vini, non comincia dalle denominazioni. **Comincia da un castello scomparso e da una famiglia generosa**. È un movimento narrativo preciso, e dice molto sulla Borgogna: il vino è la conseguenza di un territorio, di una comunità, di una storia di donazioni e di obblighi morali.

Lo spazio sotterraneo conserva temperatura naturale tutto l'anno. Sui muri ci sono mappe della Borgogna, oggetti museali che servono a spiegare ai visitatori come è cambiata la viticoltura. **La cantina è strutturata come un'aula e ogni elemento è un supporto didattico**.

Gli italiani sono uno dei gruppi più numerosi di visitatori internazionali della Grande Cave. È un dato che merita attenzione: **l'enoturismo italiano-verso-Borgogna è in crescita strutturale**, sostenuto da voli low-cost, ferrovie ad alta velocità che collegano Milano a Digione in poche ore, una sensibilità per il vino sempre più orientata anche verso la fascia premium internazionale. **Significa che la Borgogna, per molti italiani, sta diventando una destinazione vinicola altrettanto naturale di quanto la Toscana lo sia per loro**.

Il dato sull'accoglienza ha implicazioni concrete: significa che la Grande Cave investe nella formazione del personale per gestire visitatori italiani con competenza linguistica,

comprensione delle preferenze culturali, e, non secondario, **capacità di confrontare la Borgogna con regioni vinicole italiane in modo informato**. David lo fa naturalmente, accennando paralleli con il Prosecco quando spiega il Crémant de Bourgogne, citando la Franciacorta quando parla del metodo classico borgognone, riconoscendo apertamente che il Crémant in Italia ha conquistato consumatori che prima compravano Champagne. Sono passaggi conversazionali che valgono molto: **il visitatore italiano si sente riconosciuto, non semplicemente accolto**.

È il modello di accoglienza che vale la pena studiare per l'Italia. Le aziende vinicole italiane che fanno accoglienza hanno spesso storie altrettanto forti, un'antica abbazia, un casale del Settecento, una vicenda di famiglia con risvolti pubblici, e troppo spesso le sottovalutano, riducendole a una targa. **Vougeot dimostra che la storia non è una decorazione: è la cornice senza la quale il vino è solo bevanda.** E che il visitatore internazionale, quando ascolta la storia prima del bicchiere, torna a casa con qualcosa di più importante delle bottiglie comprate.

La Grande Cave de Vougeot non è un domaine: è una cave commerciale che propone vini di diversi produttori. Non possiede vigneti, non si chiama come una famiglia di vignerons. Eppure funziona, e funziona da anni, perché ha capito che l'enoturismo non vende vino: vende contesto.

È la lezione che David lascia, mentre risaliamo verso l'uscita: "**l'enoturismo non è marketing applicato al vino. È la capacità di un luogo di dirsi e farsi ricordare. E un luogo che perde le sue famiglie perde anche la voce per raccontarsi.**"

Punti chiave

1. **Nessun vigneto, migliaia di visitatori**: la Grande Cave de Vougeot è una cave commerciale che vende contesto, non solo vino.
2. **La storia precede il bicchiere**: il racconto del castello Granger apre ogni visita e dà senso alla degustazione.
3. **Il pubblico italiano cresce**: voli low-cost e alta velocità rendono la Borgogna una meta sempre più naturale per gli italiani.
4. **Parallelismi mirati**: David Lebrun-Mougeot collega Crémant, Prosecco e Franciacorta per far sentire riconosciuto il visitatore italiano.
5. **La storia come cornice**: le cantine italiane possiedono narrazioni forti quanto quelle borgognone, spesso ridotte a una targa.