

Essere Hospitality Manager è cool: la figura del futuro nell'enoturismo

scritto da Lavinia Furlani | 29 Aprile 2024



Nonostante l'importanza cruciale dell'Hospitality Manager nel settore vinicolo, ci giungono molte testimonianze da parte di questi professionisti che rivelano di percepire il loro ruolo come **sottovalutato**. Molti di loro si sentono non adeguatamente considerati, sia all'interno delle loro organizzazioni che nel più ampio contesto dell'industria del vino. Questa sensazione di marginalità contrasta nettamente con la realtà delle loro responsabilità quotidiane e dell'impatto che possono avere sull'esperienza complessiva dei visitatori e sulla performance economica dell'azienda.

Troppo spesso infatti la professione dell'Hospitality Manager viene vista come **secondaria** rispetto ad altre più

“tradizionali” nell’ambito vinicolo.

Perché l’Hospitality Manager è così importante?

La risposta è semplice: l’Hospitality Manager incarna l’essenza dell’ospitalità e del servizio di qualità, con un occhio sempre attento alle vendite e all’immagine dell’azienda. Questi professionisti non solo devono avere una profonda conoscenza dei prodotti vinicoli, ma devono anche padroneggiare varie lingue, possedere eccellenti capacità comunicative e avere un’innata capacità di vendere. Sono, in sostanza, il **volto dell’azienda**, i primi a interagire con gli ospiti e a trasmettere la passione e i valori del marchio.

Leggi anche: [Cosa fa e come diventare un hospitality manager?](#)

Un ruolo con molteplici facce

Essere un Hospitality Manager nel settore del vino significa abbracciare una professione che richiede un set di competenze estremamente vario:

1. **Conoscenza del vino:** Non si può parlare di ospitalità nel settore vinicolo senza una solida comprensione dei vini. Questo include tutto, dalla viticoltura alla vinificazione, fino alle tecniche di degustazione.
2. **Abilità linguistiche:** In un mercato globalizzato, la capacità di comunicare in più lingue è fondamentale. Questo non solo migliora l’esperienza del cliente, ma apre anche le porte a un pubblico internazionale più ampio.
3. **Talento nel vendere:** L’Hospitality Manager deve sapere come presentare i prodotti in modo che parlino da soli, creando un legame emotivo con il cliente che spesso si traduce in vendite.

Le aziende vitivinicole devono comprendere che oggi ci sono tre canali principali da considerare: l'export, il mercato italiano e l'enoturismo con la vendita diretta. L'Hospitality Manager in quest'ultimo gioca un **ruolo chiave**: attraverso un'efficace gestione dell'ospitalità, non solo incrementa le vendite dirette, ma eleva l'intera esperienza del marchio, trasformando una semplice visita in una memorabile avventura enologica.

Valorizzare l'Hospitality Manager

È tempo che le aziende del vino riconoscano il valore e l'importanza di questa figura perchè **essere un Hospitality Manager è decisamente cool**. È una carriera che sfida, ispira e gratifica, richiedendo una miscela unica di abilità tecniche, umane e commerciali.

Leggi anche: [Il ruolo dell'Hospitality Manager: una professione seria spesso sottovalutata](#)

Per invertire questa tendenza, è fondamentale elevare la figura dell'Hospitality Manager attraverso formazione continua, opportunità di carriera visibili e un riconoscimento più marcato del loro contributo strategico. Gli Hospitality Manager dovrebbero sentirsi **parte integrante** della visione strategica delle aziende per cui lavorano, con un ruolo ben definito e rispettato nel plasmare il futuro del settore vinicolo.

Accogliendo e valorizzando l'Hospitality Manager, il settore del vino non solo migliorerà la qualità del servizio e dell'esperienza offerta, ma potrà anche testimoniare una **crescita significativa e sostenuta**.