

# L'enoturismo senza metodo diventa un costo, non un'opportunità

scritto da Lavinia Furlani | 6 Ottobre 2025



*L'enoturismo italiano rischia di diventare un costo se non gestito con metodo. Luca Castagnetti, consulente strategico e co-autore de "Il Manuale dell'enoturismo italiano", spiega perché serve pianificazione finanziaria, corretto posizionamento e visione manageriale per trasformare l'accoglienza in cantina in un canale di vendita redditizio e sostenibile.*

Se l'enoturismo non genera profitti, rischia di diventare un costo insostenibile per la cantina. Per analizzare gli aspetti manageriali e finanziari di questa transizione, abbiamo intervistato **Luca Castagnetti**, socio fondatore di Studio Impresa e direttore del Centro Studi Management Divino, nonché

consulente strategico per business nel settore agro industriale.

Castagnetti offre una prospettiva basata sui numeri e sulla strategia, spiegando perché troppi progetti falliscono e quali sono gli ingredienti indispensabili per trasformare l'enoturismo in un canale di vendita di successo.

## **L'enoturismo italiano sta passando appunto “dall'improvvisazione al metodo”. Perché serviva un manuale pratico e non solo teorico per le cantine italiane?**

In questi ultimi anni in tutte le cantine che frequento ho sentito parlare di enoturismo e, laddove questo non avveniva, ero io a porre il tema. Infatti, è una evidenza che l'enoturismo possa rappresentare un canale di vendita e di sviluppo per molte cantine, in particolare per quelle inserite in territori vocati a questa attività. Come tutte le evidenze, esse si impongono e gli imprenditori rispondono, spesso improvvisando, ma rispondono. Il manuale è diventato quindi uno strumento necessario e il suo taglio pratico ben si presta ad una materia che non presenta particolari aspetti di difficile soluzione ma presenta invece una miriade di regole, legislazioni, vincoli e opportunità che si intrecciano tra loro creando una difficoltà operativa.

## **Perché molti progetti enoturistici falliscono dal punto di vista economico?**

Ogni progetto, anche quello destinato al successo, ha bisogno di tempo per generare flussi di cassa. Figuriamoci cosa possa accedere per i progetti economicamente non sostenibili. Questa situazione va gestita con una buona programmazione e con attente previsioni. La prima causa di insuccesso è l'errato posizionamento del proprio prodotto enoturistico rispetto a

tre variabili:

1. Quante bottiglie vendo
2. In che territorio mi colloco
3. Quanto ho investito per fare enoturismo

Se le tre variabili non solo allineate al progetto, il successo economico è molto difficile da raggiungere.

**Nel manuale scrivi una frase forte: 'Meglio una previsione sbagliata che vivere sempre nell'incertezza e nell'improvvisazione'. Perché molti imprenditori del vino evitano di fare un business plan serio?**

È una domanda che mi faccio spesso e alla quale non trovo mai una risposta adeguata. Facciamo un parallelismo con progetti che invece si fanno sempre: quelli edilizi. A nessuno verrebbe in mente di fare un palazzo senza aver fatto i calcoli del cemento armato, dimensionato le fondamenta, calcolato i consumi per definire la potenza degli impianti. Il rischio del non fare queste previsioni infatti è evidente. Nel fare impresa è più difficile calcolare le opportunità e i rischi e pertanto è una attività che non viene fatta perché ritenuta da molti impossibile e quindi inutile. Ma le cose stanno diversamente: molto si può prevedere con una buona approssimazione e, anche laddove le previsioni non si avverassero, aver pianificato i processi porterebbe più velocemente a conoscere le conseguenze di una previsione sbagliata, limitandone i danni.

**Dopo aver seguito decine di progetti,**

# qual è l'ingrediente che distingue un progetto enoturistico di successo da uno destinato a fallire?

I progetti che si candidano al successo rispondono a questi requisiti:

1. Corretto posizionamento dell'iniziativa,
2. Consapevolezza che fare turismo è cosa diversa dal fare vino e richiede persone, processi e strumenti dedicati,
3. Pazienza nel perseguire gli obiettivi.

## Il Manuale dell'enoturismo italiano: dall'improvvisazione al metodo: acquista il libro operativo per il business enoturistico

Wine Tourism Hub lancerà a fine ottobre il libro “Il Manuale dell'enoturismo italiano: dall'improvvisazione al metodo”. Un volume che nasce dall'esperienza diretta dei fondatori e da un patrimonio prezioso di testimonianze, casi reali e strategie sperimentate sul campo, insieme alle cantine italiane ma anche osservando gli esempi di successo all'estero.

Pre-ordinalo ora:

[\*\*CLICCA QUI!\*\*](#)

Leggi anche: [\*Andrea Pozzan: “L'hospitality manager per l'enoturismo non si improvvisa, serve una strategia”\*](#)

---

## Punti chiave

- **Posizionamento corretto fondamentale:** allineare bottiglie vendute, territorio e investimenti per il successo economico del progetto enoturistico
- **Business plan essenziale:** previsioni finanziarie permettono di limitare rischi e danni, accelerando la comprensione degli errori strategici
- **Competenze dedicate necessarie:** fare turismo richiede persone, processi e strumenti diversi dalla produzione vinicola tradizionale
- **Pazienza nel perseguire:** i progetti enoturistici necessitano tempo per generare flussi di cassa positivi e raggiungere sostenibilità
- **Dall'improvvisazione al metodo:** miriade di regole e normative richiedono approccio strutturato per evitare il fallimento economico