

# Dal vino all'enoturismo: perché un buon prodotto da solo non basta per attrarre turisti

scritto da Lavinia Furlani | 10 Marzo 2025



*Molte cantine credono che la qualità del vino sia sufficiente per attrarre turisti, ma la realtà è diversa. L'enoturismo richiede esperienze coinvolgenti, accoglienza professionale e una logistica efficiente. Offrire attività personalizzate, collaborare con tour operator e curare ogni dettaglio sono passi essenziali per trasformare una cantina in una vera destinazione turistica.*

Le cantine che vogliono aprirsi al mondo dell'enoturismo spesso commettono un errore di valutazione fondamentale: pensano che la qualità del vino sia l'unico elemento

determinante per attrarre visitatori.

Se questa fosse una regola valida, le cantine con i migliori punteggi nelle guide enologiche sarebbero prese d'assalto dai turisti. Ma la realtà ci dice tutt'altro: **la scelta di una destinazione enoturistica non dipende solo dal valore del vino**, bensì dall'esperienza che la cantina è in grado di offrire.

Chi visita una cantina non lo fa con lo stesso approccio di chi entra in un'enoteca per acquistare una bottiglia. Il turista cerca emozioni, coinvolgimento e un'organizzazione impeccabile. Il vino diventa un tassello di un mosaico più ampio che include accoglienza, narrazione, servizi e facilità di accesso. Insomma, la differenza tra vendere vino ed essere una destinazione turistica sta nel passaggio da una logica di prodotto a una logica di esperienza.

## **Dal vino all'ospitalità: un salto di mentalità**

Per le cantine che desiderano attrarre turisti, il primo passo è accettare che il turismo e la vendita di vino sono due settori con dinamiche profondamente diverse. Un turista non cerca solo un'ottima degustazione, ma una storia da vivere e raccontare.

E qui entra in gioco il ruolo strategico dei tour operator. Questi professionisti non si limitano a selezionare le cantine con il miglior vino, ma cercano realtà in grado di offrire esperienze memorabili, con un'accoglienza professionale e una logistica ben strutturata.

Chi vuole entrare nel circuito turistico deve quindi iniziare a pensare come un operatore dell'ospitalità. E questo significa garantire:

- **Orari chiari e flessibili** per rispondere alle esigenze

dei gruppi organizzati;

- **Esperienze personalizzabili** che vadano oltre la semplice degustazione, come passeggiate in vigna, abbinamenti gastronomici e cene tematiche;
- **Accessibilità e logistica efficiente**, con parcheggi adeguati e facilità di prenotazione;
- **Tariffe chiare e strutturate per il B2B**, elemento essenziale per i tour operator.

## **Dalla teoria alla pratica: cosa deve fare una cantina per attrarre turisti?**

Se vogliamo realmente trasformare una cantina in una meta turistica ambita, dobbiamo spostare il focus dalla semplice promozione del vino alla creazione di un'accoglienza su misura per il turismo. Ecco i passaggi essenziali:

1. **Ripensare l'esperienza** – Non basta offrire una degustazione di vini eccellenti. Servono attività coinvolgenti, racconti autentici e momenti di interazione con il territorio.
2. **Strutturare le offerte in modo professionale** – I tour operator lavorano con largo anticipo e hanno bisogno di pacchetti chiari, prenotabili e con condizioni di cancellazione trasparenti.
3. **Garantire professionalità e affidabilità** – L'ospitalità deve essere gestita in modo impeccabile: accoglienza curata, personale preparato e reattività nelle risposte.
4. **Investire nella logistica** – Dalle lingue disponibili per l'accoglienza alla facilità di accesso, ogni dettaglio può fare la differenza nel diventare una destinazione appetibile per il turismo.

Il mondo dell'enoturismo si sta evolvendo rapidamente, e chi non riesce ad adattarsi rischia di restare indietro. Non basta più aprire le porte della cantina e aspettare che i turisti

arrivino: bisogna costruire esperienze pensate per il mercato turistico, instaurare collaborazioni strategiche e adottare un approccio imprenditoriale alla vendita dell'accoglienza.

Se vogliamo che l'enoturismo sia una reale opportunità di sviluppo, dobbiamo smettere di pensare solo al vino e iniziare a pensare al turista.

Siamo pronti a questo cambiamento?

*Leggi anche: [Enoturismo: cos'è e quali sono gli elementi essenziali per avviarlo nella tua cantina](#)*

---

## **Vuoi far crescere il tuo business enoturistico?**

Wine Meridian e Winedering hanno sviluppato [Wine Tour Bridge](#), il **primo B2B digitale** che connette le aziende enoturistiche ai tour operator internazionali. Un'opportunità unica per le cantine che vogliono **entrare nel mercato del turismo organizzato**.

Per maggiori informazioni sui costi e modalità di iscrizione, scrivi a: [redazione@winemeridian.com](mailto:redazione@winemeridian.com)

---

## **Punti chiave**

1. **L'enoturismo non si basa solo sulla qualità del vino, ma sull'esperienza complessiva offerta dalla cantina.**
2. **Per attrarre turisti, le cantine devono offrire servizi, narrazione e un'accoglienza ben organizzata.**
3. **I tour operator scelgono cantine con esperienze coinvolgenti, orari chiari e logistica efficiente.**

4. **È essenziale avere offerte strutturate, con prezzi trasparenti e facilità di prenotazione.**
5. **Un'ospitalità curata, un team preparato e una comunicazione chiara fanno la differenza nel successo enoturistico.**