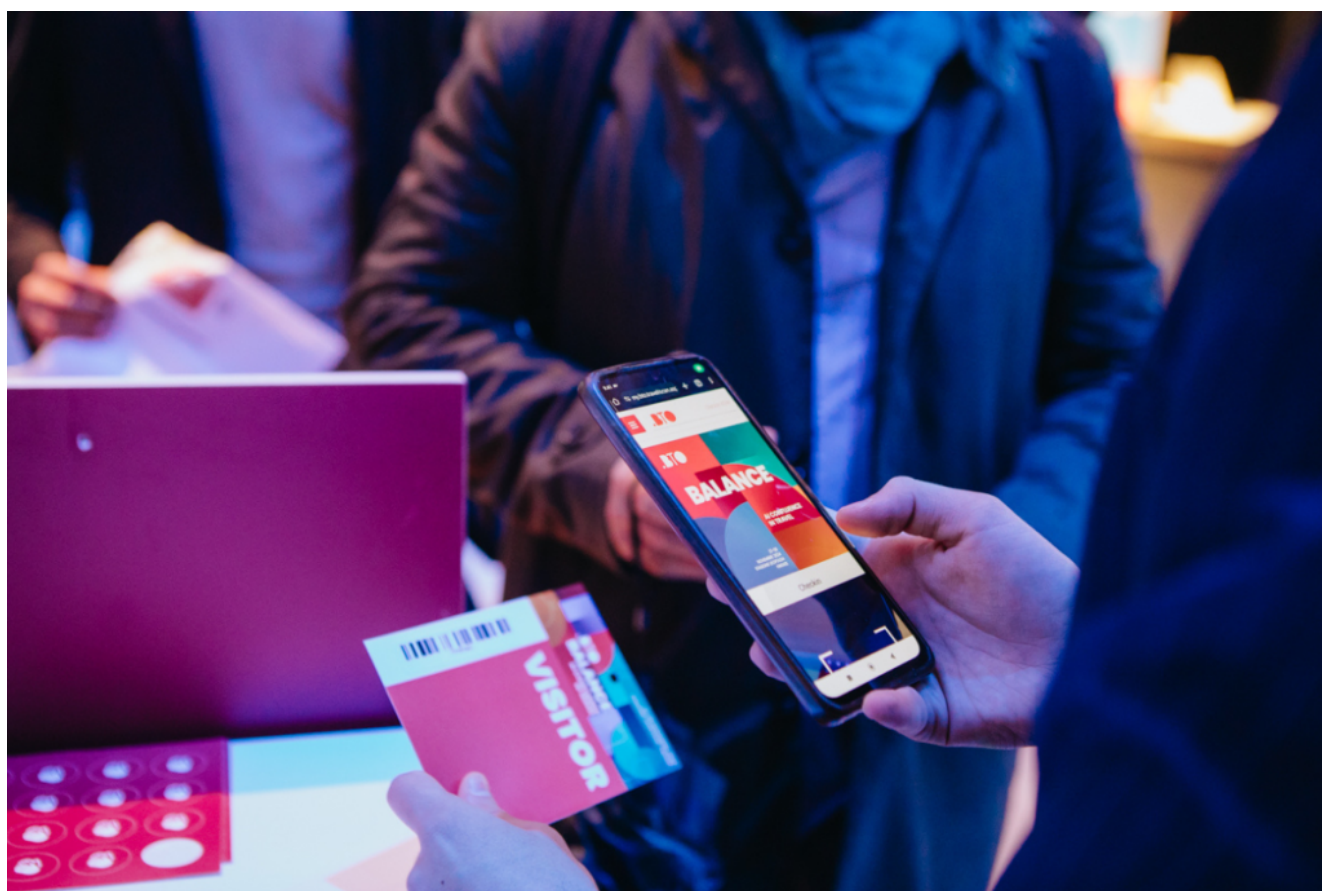


Il tallone d'Achille dell'enoturismo italiano sono le risorse umane: i dati dell'indagine nazionale 2024 di Wine Tourism Hub

scritto da Redazione Wine Meridian | 2 Dicembre 2024



L'indagine nazionale 2024 di Wine Tourism Hub, presentata a BT0 Firenze, mette in evidenza le principali sfide dell'enoturismo italiano. Risorse umane, infrastrutture e digitalizzazione emergono come criticità centrali. Lo studio propone soluzioni strategiche per superare ostacoli legati a competenze, normativa e innovazione, offrendo spunti concreti per rilanciare il settore con sostenibilità e crescita.

Wine Tourism Hub ha presentato oggi a BT0 2024 i risultati

della sua indagine nazionale sul settore enoturistico italiano. Lo studio, che ha coinvolto centinaia di professionisti del comparto, mette in luce ostacoli cruciali e sfide strategiche che rallentano lo sviluppo dell'enoturismo nel nostro Paese. Risorse umane, infrastrutture e digitalizzazione emergono come i temi centrali di una panoramica che invita a una riflessione approfondita.

Risorse umane: la criticità principale del settore

L'indagine evidenzia un dato allarmante: il 43% degli intervistati identifica nella carenza di competenze specifiche e risorse umane adeguate il principale freno all'enoturismo nel nostro Paese. Tra le difficoltà più comuni:

- **Reclutare personale qualificato** (54% delle aziende)
- **Motivare e trattenere collaboratori** (35%), spesso scoraggiati da contratti stagionali e limitate prospettive di carriera.

Lavinia Furlani, presidente di Wine Meridian e co-fondatrice di Wine Tourism Hub, sottolinea: "La mancanza di risorse umane qualificate non è solo un problema organizzativo, ma una vera minaccia per il futuro di un settore strategico per la sostenibilità economica del nostro comparto vitivinicolo."

Leggi anche: [BT0 2024: il futuro del travel tra IA, eventi sportivi e turismo sostenibile](#)

Strutture e territorio: un nodo da sciogliere

Il 36% degli intervistati lamenta infrastrutture inadeguate, mentre il 32% segnala una difficile collaborazione tra enti locali e operatori turistici. L'assenza di spazi attrezzati per eventi e servizi igienici adeguati complica ulteriormente

l'accoglienza.

“Non è necessario aspettare strutture perfette – prosegue Furlani – ma partire da ciò che si ha, con una comunicazione mirata e una valorizzazione autentica del territorio.”

Somministrazione di alimenti: una sfida complessa ma cruciale

L'indagine ha rivelato che offrire prodotti alimentari durante le attività enoturistiche è considerato molto importante dalla maggior parte degli operatori, ma resta un ambito critico. Le difficoltà principali includono:

- **Normative igienico-sanitarie complesse (36%)**
- **Spazi e logistica inadeguati (23%)**
- **Costi elevati per approvvigionamento e gestione degli sprechi (13%).**

Lavinia Furlani sottolinea: “L'abbinamento tra vino e cibo è un valore aggiunto dell'enoturismo italiano, ma richiede investimenti e una gestione attenta per essere realmente efficace.”

Digitalizzazione e intelligenza artificiale: il potenziale inespresso

Nonostante l'importanza crescente degli strumenti digitali, il 46% delle aziende dichiara di essere sotto la sufficienza quando si parla di digitalizzazione. Per quanto riguarda l'utilizzo dell'intelligenza artificiale, le principali barriere includono la mancanza di risorse finanziarie (20%) e di priorità aziendale (37%).

Tuttavia, l'uso di strumenti come bot per prenotazioni e assistenti virtuali per personalizzare le visite rappresenta sono riconosciuti come un'opportunità concreta per migliorare l'esperienza dei visitatori.

Le sfide strategiche per il futuro

Dalla carenza di incentivi finanziari (10%) alla burocrazia opprimente (14%), l'indagine sottolinea come il settore enoturistico italiano necessiti di un cambiamento strutturale. Investimenti mirati, sinergie territoriali e un maggiore focus sulla formazione sono passi imprescindibili per garantire sostenibilità e crescita.

Wine Tourism Hub: un faro per l'enoturismo italiano

Attraverso corsi di formazione e consulenze strategiche, Wine Tourism Hub continua a supportare le cantine italiane, promuovendo competenze, innovazione e una visione integrata del turismo del vino.

“L'indagine non si ferma a fotografare i problemi, ma offre spunti concreti per ripartire con forza e consapevolezza,” conclude Furlani.

Punti chiave

1. Il 43% delle aziende considera la mancanza di risorse umane qualificate il freno principale all'enoturismo italiano.
2. Infrastrutture inadeguate e scarsa collaborazione territoriale rallentano lo sviluppo del settore.
3. Solo il 46% delle aziende raggiunge livelli sufficienti di digitalizzazione, ostacolando il pieno utilizzo dell'innovazione.
4. Offrire alimenti durante le visite resta una sfida a causa di normative e costi elevati.
5. Investimenti mirati e formazione sono fondamentali per il futuro dell'enoturismo italiano.

