

# Il governo vuole replicare il modello Napa Valley

scritto da Roberto Serra | 14 Aprile 2026



**L'obiettivo è colmare il gap con i leader europei puntando su una strategia nazionale e una piattaforma unica.**

Tre miliardi di euro: è il valore attuale dell'**enoturismo italiano**, un segmento in crescita su cui il ministro del Turismo Gianmarco Mazzi ha deciso di puntare con un investimento pubblico. A Vinitaly, ad aprile 2026, il ministro ha infatti annunciato la creazione di un tavolo tecnico dedicato e ha rivelato di essere al lavoro per una piattaforma online che possa informare i visitatori su tutte le cantine del paese. Una mossa che riconosce nel turismo del vino una forma di turismo del benessere dal potenziale ancora inespresso, confermato dai [dati riportati dall'ANSA](#) che lo

descrivono come un comparto in grado di crescere anche in scenari di crisi.

## **Dalla Napa Valley al decreto del 2019: il contesto di una sfida**

L'Italia si presenta a questa partita da gigante produttivo ma non da primato assoluto nel turismo. Secondo [la classifica del turismo enologico europeo di TUI Musement](#), il paese è infatti secondo, pur vantando il maggior numero di denominazioni di origine protetta e il titolo di più grande produttore di vino del continente. Per colmare il gap e trasformare la potenza vitivinicola in un'esperienza turistica di pari appeal, il ministro Mazzi guarda Oltreoceano. Nei giorni scorsi ha [lanciato l'idea di adattare il modello della Napa Valley](#) in Italia, invitando esplicitamente gli imprenditori a insegnarglielo e a presentarlo al ministero. "Teach me this model, come to the ministry and show me", ha dichiarato Mazzi durante un talk inaugurale. La proposta non nasce nel vuoto, ma in un quadro normativo che ha ricevuto un primo indirizzo già nel 2019, con [il decreto del 12 marzo 2019](#) del Ministero delle politiche agricole, che stabilì le prime linee guida e standard minimi di qualità per l'attività enoturistica. Quello che oggi si profila è **un salto di qualità**: da una regolamentazione di base a una strategia nazionale competitiva, che sistematizzi l'offerta e la promuova con la coesione e l'efficacia dei grandi distretti turistici internazionali.

## **La risposta delle cantine: numeri pronti per il salto**

Il terreno su cui questo slancio politico attecchisce è già fertile e popolato di professionisti. L'indagine condotta da Fine Italy e ripresa da [WineMeridian](#) fotografa una realtà in cui l'accoglienza è diventata un capitolo significativo della gestione aziendale. La metà delle cantine intervistate ha

dedicato all'accoglienza dai 5 ai 9 addetti, e nel 17% dei casi il personale supera le dieci unità. Sono numeri che parlano di un'attività strutturata, non più affidata al caso o a risorse occasionali, ma a team dedicati che gestiscono visite, degustazioni e vendita diretta. Questo investimento in risorse umane è **la spina dorsale di un'esperienza turistica di qualità** e rappresenta il partner naturale per le iniziative governative in arrivo. L'annunciato tavolo tecnico e la piattaforma online in valutazione non saranno quindi strumenti calati dall'alto, ma possono trovare in migliaia di aziende un tessuto ricettivo già organizzato, pronto a capitalizzare una maggiore visibilità e a standardizzare ulteriormente i servizi.

Per i produttori e gli operatori del vino, l'investimento pubblico non è solo una notizia di agenda: è un invito esplicito a ripensare l'accoglienza come leva strategica primaria. Trasformare la tradizione enologica in un'esperienza turistica di valore richiederà investimenti in competenze, spazi e storytelling. Ma la posta in gioco, **quei tre miliardi di euro da far crescere**, dimostra che la scommessa può valere il rischio, puntando a costruire un'offerta che, come in Napa Valley, sappia coniugare la grandezza del prodotto con la memorabilità del viaggio.