

# WINE HOSPITALITY tra plus e criticità

di *Matteo Cioffi*

**CON UN GIRO D'AFFARI DI 2,9 MILIARDI DI EURO (+16%), L'ENOTURISMO ITALIANO È IN CRESCITA. LE AZIENDE PUNTANO SU SERVIZI INNOVATIVI PER MIGLIORARE LA REDDITIVITÀ, CERCANDO AL CONTEMPO SOLUZIONI PER FAR FRONTE A UNA FORTE CARENZA DI PERSONALE QUALIFICATO DEDICATO ALL'ACCOGLIENZA.**

**Q**uando si parla di enoturismo il calice risulta mezzo pieno. Emergono, infatti, più sensazioni positive che negative, anche se c'è da colmare una parte di bicchiere per rendere il contenuto più tannico, ovvero saporito, alias redditizio su ampia scala. I numeri sono in ogni caso significativi. Stando a quanto emerso dall'**Osservatorio Nazionale del Turismo del Vino**, curato da **Nomisma Wine Monitor** e basato su interviste a 261 aziende vitivinicole, il giro di affari generato dalla wine hospitality italiana ha raggiunto, nel 2023, un valore di 2,9 miliardi di euro, il 16% in più rispetto all'anno prima. Oggi la voce accoglienza costituisce in media il 7% del fatturato di quelle realtà del vino che investono in questo ambito. Andando più in profondità, il 55% delle aziende registra ricavi annuali fino a 500mila euro, il 26% non va oltre i 100mila euro, mentre il 21% si posiziona tra il mezzo milione

e i 2 milioni di euro. Lo studio ha anche sostenuto che ogni visitatore di una cantina spende in media 400 euro, di cui 89 euro servono ad acquistare bottiglie di vino e 46 euro per la vendemmia turistica. Dalle risposte delle aziende coinvolte nella ricerca, gli investimenti degli ultimi tre anni sono stati indirizzati in primis in attività di marketing, promozione e comunicazione social (80%), partecipazione a fiere ed eventi (69%), nelle strutture (68%) e nella connettività (69 per cento). Un contesto indubbiamente in crescita, dove però si avverte una carenza di adeguate risorse umane. L'indagine Nomisma ha infatti evidenziato che una delle maggiori criticità dell'enoturismo risiede nella difficoltà a reperire personale qualificato. Il 76% delle aziende lamenta questo problema, con un picco dell'83% per le realtà vitivinicole del nord-est. Enoturismo è business quindi, ma con ampi margini di perfezionamento. Per farlo, appare necessario investire sull'innovazione dei servizi, che non siano solo finalizzati alla mera degustazione di vino, ma anche sulla qualità delle strutture ricettive e, non secondario, come appena detto, sulle persone.

### FATTURATI IN AUMENTO

Le cifre legate ai ricavi dall'ospitalità variano da una cantina all'altra. In **Sella&Mosca**, la tenuta **Casa Villa Marina** è un plus assodato per la cantina che ha sede ad Alghero. Una location immersa nel verde e situata a poca distanza dal mare, diventata punto di partenza per degustazioni ed escursioni, oltre a risultare attrezzata per ospitare eventi. A ciò si somma il pernottamento, usufruendo del servizio di mezza pensione con prima colazione e cena. "L'ospitalità lo scorso anno ha generato il 5% del nostro fatturato globale, per un valore pari a 1,5 milioni di euro", fa sapere **Giovanni Pinna**, direttore ed enologo di Sella&Mosca. "L'obiettivo è incrementare questa cifra, in parallelo alla qualità ed esperienza che offriamo". È infatti, "stiamo studiando la possibilità di realizzare un'elegante piscina e, al contempo, riuscire a ottenere la certificazione di turismo sostenibile Iso 21401 che affiancherebbe quella Equalitas già ottenuta".

Il progetto hospitality del neonato gruppo **Marilisa Allegrini** verte su tre tenute localizzate lungo un percorso che dalla Valpolicella, con **Villa Della Torre**, giunge a **Poggio al**

**Tesoro**, nel cuore di Bolgheri, e prosegue verso le colline di Montalcino con la dimora **San Polo**. Luoghi in cui la proprietà organizza quotidianamente degustazioni per i suoi ospiti, con cooking class e sodalizi tra vino e prodotti del territorio, andando poi a soffermarsi sugli aspetti tecnici dei vari vigneti. Il tutto, con la possibilità di visitare, come nel caso di Villa Della Torre, le opere rinascimentali dei maestri **Michele Sanmicheli** e **Giulio Romano**. "Oggi queste attività generano il 15% dei ricavi del nostro fatturato che nel 2023 è risultato pari a 10 milioni di euro", dichiara **Caterina Mastella Allegrini**, vice president e marketing communicator del gruppo, che però non si accontenta, sapendo che la visione sul medio lungo termine punta a numeri più robusti, alla luce di nuovi lavori già predisposti e in immediata fase di avviamento. "A San Polo ci sarà un ampliamento della cantina e una risistemazione della guest house, a Poggio Al



In alto, una vista dell'area esterna del nuovo progetto dell'hospitality firmata Angelina Wines & Estates. Sotto, la dimora che ospita Casa Valdo, country house della cantina di Valdabbadene. In apertura, l'area relax e Spa targata Roccafiore



A sinistra, la location centrale di Borgo Conventi dove l'accoglienza sta ampliando i suoi servizi per i visitatori, a destra, invece, il relais Le Marne della cantina Mura Mura

Tesoro è prevista la costruzione di un centro servizi e l'inaugurazione di un piccolo albergo con 10 camere sul Viale Bolgherese, mentre a Villa Della Torre riorganizzeremo la ristorazione. Tutti questi progetti prevedono ingenti sforzi economici che riteniamo essenziali per garantire una crescita sostenibile della nostra accoglienza. Pensiamo ne valga davvero la pena e la nostra ambizione è realizzare un giro di affari scaturito da questi servizi che possa raggiungere i 20 milioni di euro entro i prossimi cinque anni".

Effetto scoperta anche da **Mura Mura**, cantina situata a Castiglione d'Asti, al confine tra Langhe e Monferrato. Una realtà nata nel 2008 per mano di **Guido Martinetti** e **Federico Grom**, noti alle cronache per essere i fondatori del marchio di gelati Grom. Da subito il concetto di accoglienza è stato programmato su più ambiti e oggi ogni visitatore di cantina spende mediamente 60 euro. Complessivamente l'ospitalità genera 1,5 milioni di euro, su un fatturato totale di due milioni e mezzo di euro, "ma l'obiettivo è, entro il 2026, raddoppiare la cifra legata alla nostra offerta enoturistica, anche perché solo il 25% di chi visita la nostra cantina decide poi di pernottare, ma crediamo che questa percentuale abbia tutte le carte in regola per incrementare", prevede lo stesso Martinetti. "Il nostro intento è fornire a chi ci visita un'esperienza totale, che propone la notte nel nostro relais Le Marne (14 stanze), lo svago in piscina, l'accesso alla cantina e pranzare presso il nostro ristorante gourmet chiamato Radici".

### INVESTIRE PER CRESCERE

**Angelini Wines & Estates** ha da poco concluso la realizzazione di un ampio progetto che ha

comportato la riqualificazione di uno spazio interno di 400 metri quadri. Un progetto dal quale sono scaturiti anche due diversi percorsi degustativi proposti ai visitatori. Il primo, denominato Valpolicella Classica, include una visita alla cantina storica e tasting di quattro vini, mentre il secondo itinerario, chiamato The Library Experience, offre l'opportunità di assaporare nobili calici della collezione di Amarone della Valpolicella Classico Bertani dal 1958 al 2015. "L'ospitalità in azienda rappresenta un veicolo di comunicazione della nostra storia e per questo ambito investiamo 2 milioni di euro, tra personale e costi strutturali", dichiara **Alberto Lusini**, AD della cantina veronese da 30 milioni di euro di fatturato. "Le visite che programiamo sono il racconto di tutto quello che ci circonda: accompagniamo i nostri ospiti in un vero e proprio viaggio alla scoperta delle eccellenze locali".

Biodiversità, vino, yoga, ma anche aperitivi en plein air, sono invece i tasselli prioritari dell'accoglienza di **Borgo Conventi**, cantina con sede a Farra D'Isonzo (Go) da 2,4 milioni di euro di vendite. Una divisione, quella dell'hospitality, che incassa un valore ancora ridotto e attualmente pari a circa 100mila euro, ma in crescita costante negli ultimi anni, tanto da convincere i titolari dell'azienda vitivinicola friulana ad ampliare le proposte e a reinvestire tra il 10-15% di tale importo. Tra queste spicca la prossima apertura delle porte della villa situata al centro della tenuta, in modo da avviare il servizio di pernottamento. "Le camere della dimora sono al momento a disposizione dei clienti, ma contiamo di renderle ben presto accessibili anche ai visitatori", conferma la responsabile hospitality **Roberta Speronello**.