

Enoturismo, una struttura adeguata viene prima di un'esperienza indimenticabile

scritto da Lavinia Furlani | 31 Gennaio 2023



Qual è il confine tra l'autenticità dell'esperienza enoturistica e una dannosa improvvisazione?

E' una linea sottile, che però non possiamo ignorare: puoi offrire anche l'esperienza migliore del mondo; la cosa che il cliente sicuramente ricorderà è di essersi sentito a suo agio o meno. E in questo, un grande ruolo lo svolge l'adeguatezza della struttura di accoglienza.

Una cantina funzionale e ben organizzata è il **biglietto da visita della tua formula di hospitality** e marcherà in modo indelebile il ricordo che il cliente conserverà delle ore spese presso la tua cantina.

E allora, perché non dedicare a questo essenziale passaggio tutta l'attenzione che merita?

La struttura nella quale accoglierai i tuoi visitatori sarà **la prima impressione che lascerai nella memoria dei tuoi clienti e quella che resterà più a lungo**.

Lo abbiamo sperimentato da operatori del settore, ma anche da enoturisti, nei nostri tour dentro e oltre confine. E non possiamo evitare di osservare, con rammarico, che anche in Italia, paese che detta legge nel mondo sulla moda, la bellezza e il design, a volte si riscontra ancora, da parte dei nostri imprenditori del vino, un'attenzione troppo bassa per questa tematica; **accogliere i clienti in una struttura improvvisata, disordinata, non curata, dimensionalmente insufficiente, soprattutto per le cantine italiane, significa fare un imperdonabile autogol in un campionato**, quello dell'enoturismo, che dovrebbe sempre vederci sul primo posto del podio.

Il tema non ha strettamente a che fare con le semplici dimensioni dei locali, in quanto **ciò che conta è la compatibilità tra struttura ed esperienza che vuoi offrire**.

Una cantina familiare, dove si pratica una produzione artigianale di poche migliaia di bottiglie, nella stessa struttura dove i titolari vivono, magari in un antico contesto rurale, non avrà probabilmente lo stile avveniristico di una cantina automatizzata, con grandi spazi a disposizione, processi meccanizzati guidati da protocolli di intelligenza artificiale.

Banalmente, se fai entrare molte persone contemporaneamente nella tua cantina, devi essere sicuro di poterle accogliere comodamente anche durante la degustazione: **hai un numero sufficiente di postazioni sedute?**

Se immagini che il momento della degustazione sarà anche quello in cui sottoporrai ai clienti il tuo listino, **potrebbe essere meglio avere tavoli distinti per gruppi di visitatori**: il cliente ama la privacy quando si tratta di valutare quanto

spendere.

Se il gruppo di turisti deve raggiungere la vigna, non può passare nel fango o in mezzo alle tubature che gli addetti della cantina stanno lavando; camminare nel bagnato è una sensazione spiacevole per chiunque: è chiaro che in una cantina si lavora, ed è un bene che si veda, ma il cliente non deve percepire di essere di intralcio. **Basterà pianificare le operazioni di lavaggio della cantina in un momento della giornata in cui non ci sono più visite**; probabilmente basterà soltanto una riflessione, che non costerà nulla ma frutterà molto.

Se accogli un elevato numero di visitatori, i tuoi servizi sono attrezzati e dimensionati per accogliere tutti?

Il vero segreto è accettare di **porsi delle domande per comprendere se la tua struttura è adeguata alle esperienze che proponi**.

E' estremamente improbabile che l'esperienza che farai vivere al tuo visitatore sia così coinvolgente e così unica da far passare inosservato un problema di logistica.

Viceversa, se c'è un vistoso problema di organizzazione degli spazi, **l'esperienza enoturistica rischia di diventare un boomerang**: se non puoi evitare, in questo momento, che la tua cantina sia un luogo disordinato, la scelta di non fare accoglienza al momento potrebbe essere la più saggia.

Pensi che la location dove accogli i visitatori della tua cantina sia all'altezza del tuo brand? Pensi che l'esperienza che riservi ai tuoi clienti sia in grado di rafforzare l'immagine che, con ogni sforzo comunicativo, cerchi di trasmettere all'esterno? Credi che l'organizzazione logistica delle tue visite in cantina risponde alle attese dei tuoi clienti?

Domande che non puoi permetterti di non farti, se

l'hospitality fa parte dei tuoi piani di marketing e se, come per la maggior parte delle cantine italiane, è **destinata a diventare sempre più centrale nelle tua strategia commerciale**.

Vuoi diventare un esperto di accoglienza?

Iscriviti subito al nostro Campus Hospitality ed Enoturismo; ultimi posti disponibili! Per ulteriori informazioni, [clicca su questo link](#) o scrivi una mail a formazione@winemeridian.com