

# Enoturismo in Italia: sfruttare il weekend e le stagionalità per incrementare le vendite dirette

scritto da Lavinia Furlani | 26 Febbraio 2024



La maggior parte delle persone lavora durante la settimana e perciò ha tempo per visitare le cantine solo nel fine settimana. Eppure, **la maggior parte delle cantine chiude proprio nel weekend!**

È un **controsenso**: le persone sono pronte a spendere per un'esperienza enoturistica ma le cantine non sono pronte ad accoglierle. **Il 70% delle cantine infatti non accoglie la domenica**, mentre il 40% chiude anche sabato.

Le recenti riflessioni emerse durante l'evento dedicato agli

Hospitality Manager d'Italia e condivise da [Divinea – Wine Suite](#), aprono una finestra affascinante sulle sfide e le opportunità dell'enoturismo italiano.

## **Come sfruttare i grandi flussi di enoturisti**

Chiudere nei weekend per le cantine significa perdere un'occasione importantissima per aumentare i propri profitti. Ma non si tratta solo di weekend: le cantine dovrebbero sfruttare anche le stagionalità per aumentare le vendite dirette. **Il 23,5% delle vendite online di vino infatti si concentra a dicembre, mentre le prenotazioni enoturistiche hanno il loro picco durante il periodo estivo.** Ciò significa che il settore del vino ha delle stagionalità specifiche.

## **Come possono sfruttare a loro favore questa condizione le cantine?**

Le cantine possono adottare strategie **mirate** durante il periodo di grande afflusso di enoturisti, sfruttandolo sia per **coinvolgere attivamente i visitatori** durante l'esperienza che per raccogliere dati preziosi. **La raccolta di informazioni degli enoturisti costituisce una risorsa strategica, poiché può essere impiegata in periodi di minor afflusso** per ideare iniziative personalizzate, offerte speciali e campagne che assicurano vendite dirette costanti anche nei periodi scarichi. In questo modo vengono consolidate **connessioni** durature con la clientela e si uniforma la **vendita diretta**, garantendo continuità nel corso di tutto l'anno.

## **I dati delle vendite dirette in cantina**

I dati esposti da Divinea – Wine Suite durante l'incontro rivelano statistiche promettenti sulle **vendite dirette in cantina**, evidenziando come questo business possa portare a importanti risultati:

- Il 73,8% dei visitatori acquista vino direttamente in cantina.
- In media, ogni visitatore acquista 5,8 bottiglie.
- Lo scontrino medio di un'esperienza in cantina è di €82,7.
- Lo scontrino medio di una vendita diretta in cantina è di €79,4.

Matteo Ranghetti, co-fondatore di Divinea, ha poi affermato

*“Dalle analisi preliminari per la realizzazione del [\*\*Report Enoturismo e Vendite Direct-to-Consumer 2024\*\*](#), l'osservatorio di Divinea rivela una maggior propensione delle cantine analizzate nel valorizzare il fine settimana come periodo ottimale per raccogliere i visitatori. Non sicuramente ai livelli della Napa Valley, ma siamo di fronte ad un punto di svolta importante per l'evoluzione naturale del mercato del vino in un'ottica direct to consumer.”*

In sintesi, il futuro dell'enoturismo italiano risiede nelle mani delle cantine che sanno sfruttare appieno le opportunità offerte dal **weekend**, dalle **stagionalità** e dalle **vendite dirette**. Investire nella **digitalizzazione** diventa ancor più cruciale per garantire che le cantine possano sfruttare appieno il boom dell'enoturismo e competere efficacemente in un mercato sempre più competitivo.

L'intervento significativo di Divinea – Wine Suite all'evento sottolinea ulteriormente il **ruolo centrale del Club degli Hospitality Manager** come punto di riferimento imprescindibile per gli operatori del settore. Il club offre supporto e formazione, fornendo agli operatori gli strumenti necessari per affrontare con successo le sfide del mercato enoturistico in evoluzione.

Iscriviti al Club degli Hospitality Manager gratuitamente:

[Clicca qui](#)