Enoturismo tra successo e noia: rispondiamo ai feedback delle cantine

scritto da Lavinia Furlani | 18 Novembre 2024



Le visite enoturistiche tradizionali rischiano di annoiare i visitatori se non personalizzate. In questo articolo analizziamo i feedback raccolti da cantine ed ospiti dopo l'editoriale dell'ultima settimana, evidenziando come storie autentiche e dettagli unici possano rendere memorabili le esperienze. Una riflessione su standardizzazione, storytelling e innovazione, con l'obiettivo di stimolare il settore a migliorarsi attraverso creatività, dialogo e valorizzazione del territorio.

Il mio ultimo editoriale, intitolato *Le visite in cantina sono tutte uguali? Quando la noia è dietro l'angolo*, in cui introducevo il tema del rischio noia nelle visite aziendali,

ha innescato una discussione accesa sui social.

Questo, di per sé, è già un successo: significa che il tema tocca un nervo scoperto del nostro settore.

Molti commenti sono stati diretti, talvolta polemici, e forse anche un po' personali. Ma non è mio interesse alimentare conflitti; preferisco concentrarmi sul vero nodo della questione: **l'esperienza enoturistica offerta dalle cantine.**

Cosa ci dicono i commenti: una sfida per migliorare

Un commento diceva: *"Ho lavorato per una cantina che accoglie 15.000 persone l'anno e mai nessuno si è annoiato!"*. Un altro aggiungeva: *"L'esperienza dovrebbe essere il vino, non c'è bisogno di altro."*

Legittimi punti di vista, ma vorrei chiarire: non ho mai sostenuto che ogni esperienza in cantina sia noiosa o che non esistano realtà capaci di sorprendere i propri visitatori. Anzi, **proprio queste eccezioni rappresentano esempi virtuosi**.

Tuttavia, non possiamo ignorare il fatto che molti enoturisti raccontino di essersi trovati di fronte a esperienze troppo simili tra loro, in **cantine che non hanno saputo valorizzare e comunicare in modo efficace le proprie peculiarità uniche**. Al di là di indagini e statistiche, questa percezione emerge chiaramente dai feedback raccolti sia dagli enoturisti sia dagli Hospitality Manager stessi durante le nostre visite a oltre 750 cantine in Italia e all'estero.

La domanda allora è: **possiamo davvero permetterci di ignorare questa percezione?** Siamo certi che basarci solo sul vino sia sufficiente per conquistare un pubblico sempre più esigente e diversificato?

Perché per il consumatore le storie contano più del vino?

Un aspetto fondamentale che spesso viene trascurato è che **il consumatore medio non sempre è in grado di distinguere un vino eccellente da uno discreto**. Perché allora sceglie di ricordare una cantina, o addirittura di tornarci? Per il modo in cui quel vino, e quella storia, gli sono stati raccontati.

Un racconto appassionato, autentico e coinvolgente non solo rende unica l'esperienza, ma aiuta il visitatore a costruire una connessione emotiva con il vino e il territorio. E questo, alla fine, è ciò che fa la vera differenza tra una visita che lascia un segno e una che si dimentica presto.

Standardizzazione: un rischio concreto

Il cuore della discussione non è demonizzare l'approccio classico (vigneto, cantina, degustazione), ma riflettere su quanto questo schema, pur valido, possa risultare **ripetitivo** quando applicato senza una personalizzazione.

Non si tratta di trasformare le cantine in parchi tematici, ma di domandarsi:

- **Come possiamo valorizzare il nostro territorio e la nostra unicità?**
- **Come possiamo trasmettere qualcosa che vada oltre ciò che il visitatore si aspetta?**

Essere diversi non significa necessariamente offrire uno spettacolo o stravolgere il ruolo del vino, ma mettere in campo un'idea, un racconto, un dettaglio che faccia la differenza.

Le sfide di un settore “*mors tua vita mea*”

Un altro commento affermava: *“In questo settore vige il mors tua vita mea.”* È vero, spesso c’è poca condivisione. Ma è proprio per questo che **dobbiamo aprirci a un dialogo**, riconoscendo che se il settore cresce, cresciamo tutti.

Non è facile uscire dalla zona di comfort. Richiede tempo, creatività e, spesso, investimenti. Ma il punto non è dire “le visite sono tutte uguali” e basta, bensì spingere il settore a **riflettere** su come migliorarsi.

Il nostro intento, con questo e con altri articoli, non è mai quello di criticare gratuitamente, ma di stimolare la crescita dei migliaia di produttori che ci leggono. Enoturismo non significa semplicemente aprire le porte e versare un “buon” vino agli enoturisti. Farlo bene richiede molto di più: visione, creatività, capacità di comunicare e raccontare una storia che faccia sentire il visitatore parte di qualcosa di unico.

Non intendiamo lodare il nostro contributo al mondo dell’enoturismo, ma una cosa ci è chiara: farsi troppi complimenti, senza porsi domande e praticare un’autentica autocritica costruttiva, non porta alcun risultato concreto.

Se vuoi approfondire questi temi, seguici sui nostri canali o contattaci. Saremo felici di ascoltare la tua esperienza e di confrontarci per crescere insieme.

Punti chiave

1. La standardizzazione delle visite in cantina può risultare noiosa per i visitatori.

2. Esperienze autentiche e storie coinvolgenti sono decisive per fidelizzare gli enoturisti.
3. Innovare non significa spettacolarizzare, ma valorizzare unicità e territorio.
4. Il dialogo e l’autocritica sono essenziali per la crescita del settore enoturistico.
5. Enoturismo richiede visione, creatività e capacità di raccontare una storia unica.