Piazzo: “Il nostro stile enoturistico? Puntiamo a costruire una relazione con i nostri clienti e fidelizzarli nel tempo”

scritto da Agnese Ceschi | 13 Novembre 2023



Un’azienda le cui radici sono strettamente intrecciate con le Langhe, tanto da farne un importante elemento distintivo nel racconto enoturistico. La storia di **Piazzo** ha inizio negli anni ‘60 a San Rocco Seno d’Elvio, una piccola frazione del comune di Alba, quando i due giovani sposi Armando Piazzo e Gemma Veglia decidono di dare seguito alle tradizioni familiari investendo in un territorio speciale ai tempi non ancora rinomato per le sue eccellenze enogastronomiche.

Da allora la relazione con gli appassionati di vino si fa sempre più assidua e l'azienda apre le proprie porte. Abbiamo intervistato **Simone Allario Piazzo, direttore marketing e vendite**, per comprendere quali sono gli sviluppi enoturistici e la relazione indissolubile tra Piazzo e le Langhe.

Quando è entrato l'enoturismo nella vostra azienda?

Già negli anni Ottanta i miei nonni avevano chiaro di voler aprire le porte dell'azienda. Così Piazzo ha iniziato ad accogliere winelover e clienti, principalmente turisti provenienti dalla Germania, che facevano visita per acquistare il vino, senza richiedere altri servizi. In questo modo la mia famiglia ha continuato fino all'inizio del 2010. In quegli anni aumentavano i gruppi di appassionati che richiedevano la visita in cantina. Erano winelover che visitavano il territorio in modo organizzato e magari oltre alla nostra frequentavano altre cantine. Abbiamo capito che era venuto il momento di offrire un servizio che andasse al di là della semplice vendita. Così, tra il 2016 e il 2017 abbiamo fatto diventare il vino il fulcro di un'esperienza più completa.

Qual'è il vostro target?

Sicuramente ci rivolgiamo ad un turismo non di massa, ma puntiamo a costruire un rapporto con i nostri visitatori per fidelizzarli nel tempo. Essendo un'azienda famigliare ci piace far sentire gli ospiti accolti in maniera intima e amichevole con un servizio curato e attento ma non formale.

In quest'ottica stiamo lavorando all'idea di un wine club: un gruppo di fan del nostro brand che avranno dei vantaggi nell'essere fidelizzati. Tante aziende sono ancora spostate solo sul piano produttivo e non ci pensano, ma io sono stanco di rimanere legato solo al dogma della produzione e vorrei proporre qualcosa di nuovo per creare una relazione duratura con il consumatore.

Quali percorsi proponete al vostro ospite?

Partiamo dalla visita in cantina, con tour sulla storia dell’azienda e delle Langhe, per poi esplorare diverse tipologie di degustazioni.

Le degustazioni variano in base a quello che sceglie il consumatore, ma la costante di tutte è almeno un vino è Barbaresco.Noi siamo nati come produttori di Barbaresco e ci piace raccontarlo in pieno.

Il percorso degustativo più particolare è il “Time Machine” che parte da un paio di vini di qualche anno fa, ad esempio 2016 e 2019, per terminare in vasca a degustare il vino del futuro (2020 e 2021).

Infine dal 2010 ogni anno mettiamo a riposo circa 400 bottiglie di vino che entrerà a far parte della nostra collezione di annate storiche, che in futuro vorremmo inserire tra le esperienze enoturistiche o riservare agli iscritti al wineclub.



Vi ha avvantaggiato essere produttori di vini piemontesi?

La nostra storia è intrecciata alle Langhe, una piccola gemma di territorio che gode di una grande reputazione.

Le Langhe sono un brand che apre le porte a fasce alte di consumatori nel mondo, sia per immaginario che per prezzo medio. È innegabile che di ciò abbia giovato anche la nostra azienda.

Al momento sembra un trend in controtendenza se si guarda alle statistiche. Con le nostre proposte e referenze vogliamo tornare ad un'idea più conviviale e accessibile del vino con il giusto compromesso da proporre agli ospiti.

Piazzo e le Langhe: cosa caratterizza questo rapporto e come si inserisce il territorio nella vostra proposta enoturistica?

La prima cosa che mi viene in mente e racconto quando parlo di Langhe, sono le persone. Questo territorio è cresciuto enormemente grazie al lavoro degli agricoltori e dei vignaioli che ne hanno innalzato la reputazione ed il buon nome del tempo.

La territorialità è un concetto molto importante per noi. La nostra azienda, infatti, possiede settanta ettari tra Roero e Langhe: sono tutti piccoli cru posizionati in zone diverse con caratteristiche diverse tra loro.

Il nostro obiettivo è cercare di far comprendere queste diversità anche attraverso le caratteristiche dei nostri vini.

Gli eventi del territorio nelle Langhe sono un importante volano di turismo: in che modo vi relazionate con essi?

Le Langhe sono un territorio ricco di eventi enogastronomici tutto il tempo dell'anno. In particolare questo è un periodo di alta stagione. Fino ai primi di dicembre, infatti, è di scena la Fiera del Tartufo, un evento di grande richiamo turistico che porta un importante afflusso di appassionati.

Noi collaboriamo puntualmente con realtà locali ed eventi per favorire la relazione tra vino e prodotti gastronomici.

Prodotti del territorio e vino: pensate che questa relazione sia importante per far conoscere meglio la vostra realtà a 360 gradi?

Io credo che sia una relazione essenziale. Ad oggi ci siamo dedicato a quello che avevamo in casa, e dunque il vino, ma ci stiamo muovendo per poter commercializzare altri prodotti enogastronomici, di produttori del territorio, per inserirli nel nostro wineshop. Sceglieremo produttori che condividano con noi gli stessi valori, favorendo un’idea di rete, per raccontare al meglio il nostro territorio.

