

Tour Alsazia 2024: quali sono le caratteristiche dell'enoturismo in Alsazia?

scritto da Lavinia Furlani | 9 Settembre 2024



In questi ultimi anni, noi di Wine Meridian abbiamo intrapreso numerosi viaggi all'estero per esplorare e raccontare le diverse modalità con cui le cantine di tutto il mondo si avvicinano all'enoturismo. Dalle colline della Napa Valley agli spettacolari vigneti sudafricani, abbiamo osservato e imparato da realtà enoturistiche d'eccellenza. Tuttavia, quest'estate abbiamo deciso di restare più vicini a casa, dedicando il nostro tempo a un territorio europeo che vanta una lunga e prestigiosa tradizione vinicola: l'**Alsazia**.

Con le sue 750 aziende vitivinicole, l'Alsazia è un vero e proprio **scrigno di esperienze enoturistiche**. Durante il nostro tour, abbiamo avuto l'opportunità di visitare **36 cantine**,

selezionate per la loro capacità di offrire modelli di accoglienza unici e coinvolgenti. Da questa esperienza, abbiamo tratto importanti lezioni che riteniamo possano essere di grande ispirazione per le cantine italiane.

Leggi anche: [La lezione alsaziana](#)

1. L'enoturismo come pilastro economico

In un momento storico così delicato e complesso per il mercato del vino, l'Alsazia si sta "difendendo in casa". Nelle piccole e medie aziende che abbiamo visitato, l'enoturismo non è solo un'opzione, ma una **strategia essenziale** per la sostenibilità economica. Questo approccio merita di essere considerato con maggiore attenzione anche in Italia, dove spesso l'enoturismo viene visto come un'attività secondaria rispetto ai canali tradizionali di vendita.

2. Qualità del vino e identità territoriale

Un altro aspetto importante è la **qualità mediamente alta dei vini alsaziani**, caratterizzati da una forte identità territoriale. Riesling, Pinot Bianco, Pinot Grigio: ogni vino oltre ad essere buono ha una forte personalità, un elemento cruciale per distinguersi in un mercato sempre più competitivo.

3. Un'accoglienza orientata alla vendita

In Alsazia, l'accoglienza enoturistica è semplice, diretta e fortemente orientata alla vendita. Dalle vetrine curate alle brochure ben realizzate, passando per i calici e le bottiglie esposte con prezzi chiaramente visibili, tutto è pensato per **facilitare il processo d'acquisto**. Questa mentalità, orientata alla conoscenza e alla vendita del prodotto, rappresenta un modello da cui le cantine italiane possono trarre ispirazione. Spesso, infatti, in Italia si tende a puntare più sull'aspetto

esperienziale, trascurando l'opportunità di trasformare ogni visita in un'occasione di vendita.

4. Un territorio interamente dedicato al vino

Uno degli aspetti più affascinanti dell'Alsazia è la sua capacità di **comunicare**, in ogni angolo, la propria **vocazione enoturistica**. Ovunque si vada, si percepisce chiaramente che il vino è il cuore del territorio. Questa coesione e questa volontà di investire insieme nel settore enoturistico sono elementi di grande forza, che permettono all'Alsazia di affermarsi come una destinazione ambita dai wine lovers.

5. Un'accoglienza accessibile a tutti

Infine, l'accoglienza in Alsazia è pensata per essere alla portata di tutti. Un esempio su tutti: l'utilizzo delle **audioguide**, disponibili sia per adulti che per bambini, che raccontano in modo coinvolgente la storia dell'azienda, la sua missione e le persone che la rendono unica. Il linguaggio utilizzato è semplice e accessibile, evitando tecnicismi che potrebbero risultare respingenti.

Le cantine italiane hanno tutte le carte in regola per diventare leader mondiali nel settore enoturistico, a patto di saper cogliere e adattare a sé i migliori spunti da realtà come quella alsaziana. Il futuro dell'enoturismo italiano potrebbe essere molto luminoso, se saprà imparare dalle esperienze di chi, come l'Alsazia, ha fatto dell'enoturismo un vero e proprio motore di sviluppo economico e culturale.