

# Wine Meridian vola oltre i confini italiani: l'intervento a tema enoturismo al convegno in Moldova

scritto da Redazione Wine Meridian | 6 Ottobre 2023



**Il 27 settembre Wine Meridian è volato in Moldova per parlare di enoturismo al simposio internazionale interamente dedicato all'industria turistica.**

Il convegno, svoltosi al Museo Nazionale d'Arte nella capitale, ha avuto l'obiettivo di affrontare alcuni temi importanti, come lo sviluppo del settore e le sfide che esso

sta affrontando, tra cui il passaggio ad un approccio più sostenibile. **Gli ospiti intervenuti all'evento sono stati in gran parte professionisti internazionali del turismo provenienti da Italia, Francia, Israele, Spagna, Germania, Svezia, Gran Bretagna e Moldova stessa.** Tra i relatori anche figure politiche e coordinatori di progetti turistici a livello europeo.

**Lavinia Furlani, presidente di Wine Meridian**, è stata invitata come ospite italiano per parlare di enoturismo, un tema cruciale del mondo vitivinicolo che da anni è centrale negli articoli e percorsi di formazione dell'azienda. L'intervento della presidente ha voluto portare alla luce un aspetto spesso dimenticato dell'enoturismo, ma che ricopre un ruolo fondamentale: l'autenticità.

Di seguito i punti chiave dell'intervento. **Perché è importante essere autentici?**

## **Autenticità e identità nell'enoturismo**

Lavinia Furlani ha voluto porre l'accento sul rischio che l'enoturista si annoi nel momento in cui trova una serie di proposte enoturistiche tutte uguali durante la visita di più cantine. **Questo avviene soprattutto quando le aziende non hanno le idee chiare sul proprio target e quando non viene puntata la strategia sull'autenticità.**

Nonostante sia più semplice copiare il modello di realtà di successo, è pericoloso perché porta l'azienda lontana dalla sua vera identità. Ogni cantina ha una propria identità che la rende unica e che dovrebbe emergere dalla risposta alle seguenti domande: chi sono? **Quali sono i miei elementi di identità? Chi è il mio turista del vino target? Perché sono diverso da altre cantine?**

Più è chiaro ciò che si vuole comunicare, più si è in grado di differenziarsi dagli altri **con originalità**.

## Autenticità e relazione

Ciò che rimane all'enoturista al termine della visita è la relazione che è riuscito ad instaurare con chi l'ha accolto. Non tanto i vini quindi, quanto più **lo scambio umano ed emotivo**.

La presidente di Wine Meridian sostiene che è frequente imbattersi in hospitality manager che raccontano una sceneggiatura, che vogliono o non sono in grado di creare una relazione con le persone che hanno di fronte. **Questo è il più grande errore: non essere in grado di capire chi si ha di fronte e non creare una relazione.**

Non si tratta di avere hard skills, ma di **soft skills** che prevedono il saper ascoltare, saper capire e il saper cambiare approccio.

## Autenticità e approccio tecnico

Di solito, il turista del vino non è un sommelier o un master of wine. Ma è una persona normale che beve vino, ma non conosce tutti i dettagli tecnici. E non vuole conoscerli! **Vuole divertirsi in una cantina, sentirsi bene, imparare qualcosa, comprare del vino, passare del tempo in compagnia...** E non essere stressato da troppi tecnicismi.

Troppe aziende fanno sentire l'ospite come un prigioniero riempendolo di informazioni tecniche che non ricorderà dopo 10 minuti e che rischiano di allontanarlo. Questo è un peccato perché ogni cantina è piena di storie uniche e di curiosità che sono ciò che le persone poi ricordano e raccontano ai loro amici.

# **Autenticità e persone che non bevono vino**

Sempre più persone visitano le cantine ma non vogliono o non possono bere vino, bambini e non. Anche loro però avranno un'opinione sulla cantina e sull'accoglienza, ed è qui che diventa essenziale pensare a loro.

**Se sei autentico puoi essere autentico anche senza vino.** Per i bambini, basta un succo di frutta, la possibilità di disegnare e giocare con gli animali. Riuscire a coinvolgerli significa avere la felicità dei genitori. Avere genitori felici significa che compreranno più vino. Lo garantisco io, parola di madre!

## **In conclusione**

Lavinia Furlani conclude il proprio intervento sostenendo che **essere autentici non è un'opzione, ma è l'unica possibilità di successo.** Solo con l'autenticità l'azienda è in grado di offrire esperienze memorabili e far dire alle persone: "Mi sono divertito in quella cantina. Vi consiglio di andarci!".