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 riempiendolo 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!".