

Australia Wine Tour: cinque lezioni chiave da Canberra Valley e King Valley per il futuro dell'enoturismo italiano

scritto da Lavinia Furlani | 2 Gennaio 2025



L'Australia Wine Tour esplora le pratiche innovative delle cantine di Canberra Valley e King Valley, offrendo cinque lezioni chiave sull'enoturismo: dal focus sull'esperienza cliente ai wine club. Un viaggio che ispira nuove strategie per le cantine italiane.

L'Australia Wine Tour ci sta portando a scoprire realtà enoturistiche di grande fascino e innovazione. Le prime tappe, nelle regioni di Canberra Valley e King Valley, hanno messo in

evidenza pratiche e strategie che potrebbero ispirare il nostro enoturismo italiano.

Ecco le cinque principali osservazioni emerse durante il nostro viaggio:

Il cliente al primo posto:

Una delle prime differenze che saltano agli occhi è il focus assoluto sull'esperienza del visitatore. In Australia, la storia familiare della cantina o il suo prestigio rimangono sullo sfondo. L'obiettivo è far vivere al cliente un momento speciale, su misura per i suoi desideri, creando un legame immediato e duraturo.

Prezzi accessibili e esperienze diversificate:

Le degustazioni partono da 10 dollari, una cifra che invita a entrare e scoprire. Da lì, si possono scegliere esperienze aggiuntive: tour guidati, abbinamenti con prodotti locali, oppure attività esclusive e personalizzate. Questo approccio modulare garantisce accessibilità e allo stesso tempo massimizza le opportunità di vendita.

Orari di apertura focalizzati sul tempo libero:

Le cantine australiane concentrano la loro attività durante i weekend, quando le persone hanno maggiore disponibilità di tempo. Nei giorni feriali, è più comune trovare strutture chiuse o con orari ridotti. Questo approccio semplice ma efficace aumenta la probabilità di incontrare un pubblico numeroso e motivato.

Relax al centro, la cantina sullo sfondo:

A differenza di quanto accade in Italia, la visita alla parte produttiva è considerata marginale e spesso proposta solo con un costo extra. Come ci ha detto un produttore: “*La gente non viene qui per vedere la produzione, ma per rilassarsi e degustare.*” La narrazione del vino si integra nel momento della degustazione, trasformando l’esperienza in un’occasione piacevole e non tecnica.

Wine club: la fedeltà che paga:

In Australia, i wine club rappresentano un pilastro del business. Oltre il 40% delle vendite dirette deriva da clienti che, dopo aver visitato la cantina, scelgono di aderire a questi programmi esclusivi. Si tratta di un modello strategico che fidelizza i clienti e garantisce entrate costanti nel tempo.

Cosa possiamo imparare?

Questi spunti ci invitano a ripensare il nostro approccio all’enoturismo. È fondamentale abbandonare vecchie abitudini e mettere sempre più al centro il cliente e le sue esigenze.

Quali di queste idee possono essere applicate al nostro modello italiano? L’esperienza australiana ci mostra che innovare è possibile, ma richiede un cambiamento culturale e imprenditoriale.

Punti chiave

1. Le cantine australiane mettono al centro l’esperienza cliente, personalizzando ogni visita per creare un legame duraturo.

2. Prezzi accessibili e opzioni modulari nelle degustazioni aumentano accessibilità e opportunità di vendita.
3. Gli orari concentrati sui weekend massimizzano l'affluenza e la soddisfazione dei visitatori.
4. Relax e degustazione sono prioritari rispetto alla visita alla parte produttiva.
5. I wine club fidelizzano i clienti e generano entrate costanti grazie a vendite dirette.