Bodega Renacer: l’arte dell’enoturismo italo-argentino d’oltreoceano

scritto da Lavinia Furlani | 19 Gennaio 2026



Bodega Renacer, cantina italo-argentina di Luján de Cuyo, trasforma l’enoturismo in esperienza memorabile attraverso marketing digitale, ristorazione d’autore e storytelling autentico. Con 30 ettari di vigneti biologici specializzati in Malbec, l’azienda attrae viaggiatori internazionali offrendo un’esperienza sensoriale completa che fidelizza attraverso il ricordo emotivo.

Fondata da Patricio Reich alla fine degli anni ’80, Bodega Renacer nasce da una profonda passione familiare che ha radici nel Cile e si espande nel 2003 a Perdriel, nel cuore di Luján de Cuyo. Ai piedi delle Ande argentine, la struttura si erge con una torre dalle mura d’ispirazione toscana e giardini

all’italiana, un omaggio estetico alle origini della famiglia che definisce immediatamente un’accoglienza calda e ricercata.

Il successo di Renacer poggia su pilastri solidi: la ricerca costante della qualità, lo spirito familiare e una specializzazione verticale su Malbec e Cabernet. Con 30 ettari di proprietà, alcuni dei quali vantano oltre settant’anni di storia, l’azienda ha intrapreso un percorso di rispetto ambientale culminato nel 2021 con la **certificazione di vigneto biologico**.

Abbiamo approfondito la strategia dell’azienda attraverso una conversazione con i responsabili della cantina, per capire come il marketing e l’accoglienza si fondano in un’unica visione.

Dal punto di vista del marketing digitale, che ruolo ha oggi l’enoturismo all’interno della strategia globale di Bodega Renacer?

L’enoturismo occupa un ruolo centrale. È uno dei principali punti di contatto tra il marchio e il consumatore finale, oltre a essere una fonte chiave di contenuti autentici. L’esperienza in cantina ci permette di trasmettere valori, identità e stile di vita, rafforzando il posizionamento del brand e **generando un legame emotivo che viene poi amplificato nell’ambiente digitale**.

Quale importanza riveste la ristorazione nell’esperienza enoturistica e nella percezione del valore della cantina da parte del visitatore?

La ristorazione è un elemento fondamentale. Apporta profondità, coerenza e valore aggiunto, permettendo di

esprimere l’identità della cantina in modo integrale. La gastronomia, dialogando con i vini e il paesaggio, trasforma la visita in una **esperienza sensoriale completa e posiziona la cantina come una destinazione**, andando oltre il semplice prodotto.

Che tipo di visitatori attrae principalmente la combinazione di vino, gastronomia e ambiente offerta da Bodega Renacer?

Attraiamo un pubblico che cerca esperienze di qualità: viaggiatori nazionali e internazionali, amanti del vino, coppie e gruppi che apprezzano l’ambiente naturale, il design e l’attenzione personalizzata. È un visitatore interessato a **vivere la destinazione in modo olistico e autentico**.

In che modo comunicate a livello digitale l’esperienza in cantina e al ristorante per trasformare la visita in un vero desiderio di viaggio?

Attraverso una comunicazione visiva e narrativa focalizzata sulle sensazioni: il paesaggio, i piatti, i vini e i momenti reali vissuti qui. Più che informare, cerchiamo di ispirare, **invitando il pubblico a immaginarsi mentre vive in prima persona l’esperienza**.

Percepite che l’esperienza gastronomica influenzi la memoria del brand e la fidelizzazione dei visitatori?

Senza dubbio. L’esperienza gastronomica ha un forte impatto emotivo che permane nella memoria. Spesso è proprio il fattore che spinge alla raccomandazione e alla scelta dei nostri vini

in altri contesti di consumo, **consolidando la fidelizzazione attraverso il ricordo del piacere vissuto**.

Quali sono oggi gli elementi chiave per costruire un’esperienza enoturistica davvero memorabile?

La coerenza tra tutti gli aspetti (vino, cibo, ambiente e servizio), l’attenzione personalizzata e la capacità di raccontare una storia genuina. Quando il visitatore percepisce **autenticità e cura in ogni dettaglio, l’esperienza diventa unica e indimenticabile**.

Punti chiave

1. **Enoturismo come strategia digitale:** punto di contatto privilegiato tra brand e consumatore per generare contenuti autentici e rafforzare il posizionamento.
2. **Ristorazione d’autore integrata:** elemento fondamentale che trasforma la visita in esperienza sensoriale completa e posiziona la cantina come destinazione.
3. **Certificazione biologica 2021:** 30 ettari di vigneti specializzati in Malbec e Cabernet con oltre settant’anni di storia.
4. **Target qualitativo internazionale:** viaggiatori nazionali ed esteri che cercano esperienze olistiche, autentiche e personalizzate.
5. **Comunicazione emozionale visiva:** strategia digitale focalizzata su sensazioni e storytelling per trasformare la visita in desiderio di viaggio.