

Cà Maiol, l'enoturismo che piace e crea reddito

scritto da Fabio Piccoli | 14 Luglio 2021



È una fortuna avere un'azienda vitivinicola inserita in un contesto turistico importante. Di questo ne sono consapevoli da sempre a [Cà Maiol](#), uno dei brand storici del **Lugana**, un punto di riferimento anche dei turisti del vino che transitano nello splendido **Lago di Garda**.

Ma sarebbe semplicistico cavarsela con l'equazione: tanto turismo, tanta facilità nell'accoglienza enoturistica. Conosciamo purtroppo parecchie realtà vitivinicole inserite in territori ad alta presenza turistica che non riescono ad intercettare in maniera adeguata i diversi flussi.

Cà Maiol è un bell'esempio, invece, di azienda capace di garantire un'immagine viticola di ottimo prestigio e al tempo stesso aprirsi con un'ottima organizzazione ai numerosi

turisti che ogni anno la visitano. Una **vocazione “turistica”** quella di Cà Maiol che si è ulteriormente rafforzata in questi ultimi anni, da quando l'azienda è entrata nell'orbita del [Gruppo Santa Margherita](#).

Avevo visitato l'azienda un paio d'anni fa subito dopo l'acquisizione del gruppo da parte della famiglia Marzotto, e in poco tempo, grazie al nostro Italian Wine Tour, mi sono ritrovato una realtà ulteriormente rinnovata, in particolare attraverso uno straordinario ampliamento della **cantina** che oggi è **diventata sicuramente tra le più innovative nel panorama produttivo della denominazione**.

La visita pertanto oggi a Cà Maiol garantisce l'opportunità di poter toccare con mano cosa significa l'**innovazione tecnologica nel mondo del vino** e quali sono gli investimenti necessari per poter conseguire il massimo della capitalizzazione qualitativa della materia prima.

Quando si visitano aziende come questa non si può non essere grati in qualche misura anche ad imprenditori come i **Marzotto**, che probabilmente sono in quest'ultimo decennio la realtà privata che ha maggiormente investito nel nostro comparto vitivinicolo. E questo non lo dobbiamo mai dimenticare, perché senza **imprenditori illuminati** e capaci che investono con coraggio nelle loro imprese non potremmo aspirare ad una costante crescita del nostro comparto vitivinicolo.

Ma è l'enoturismo il tema di questo Italian Wine Tour 2021 e la visita a Cà Maiol mi ha offerto numerosi spunti di riflessione.

Il primo lo definisco strategico ed è il **rapporto tra turismo del vino e vendita diretta**. Un tema molto discusso anche durante questo nostro Tour, con aziende che affermano di credere (ed investire) fortemente nel binomio enoturismo e vendita diretta ed altre, invece, che considerano questo modello di turismo soprattutto uno strumento di comunicazione.

Nel nostro manuale che pubblicheremo nel prossimo autunno, frutto anche delle esperienze che stiamo vivendo in queste settimane, dedicheremo uno specifico capitolo al tema **enoturismo e vendita diretta**. Per il momento evidenziamo come a Cà Maiol **enoturismo, comunicazione e vendita diretta convivono in maniera perfetta**.

Già l'ingresso in azienda tramite l'elegante e funzionale **wine shop** invoglia subito all'acquisto, e questa io la considero un'ottima notizia. Ammetto che troppe volte ci imbattiamo in aziende che quasi nascondono la possibilità di vendita dei vini in azienda e francamente faccio fatica a capirne il motivo.

Non significa avere una promozione "becera" della possibilità di acquisto da parte dei visitatori, ma di **far comprendere con "eleganza" che si tratta di un'opportunità**.

Per esempio, sempre a Cà Maiol, l'ottima visita guidata da **Caterina Mataluna** è stata caratterizzata anche da un'interessante degustazione dove nella scheda dei vini che ci sono stati presentati c'erano anche i prezzi di acquisto al punto vendita. Un modo semplice ma molto efficace per rendere subito consapevoli i visitatori dei prezzi dei vini preferiti. Quante volte, infatti, siamo intimoriti nel chiedere un prezzo e magari rinunciamo a degli acquisti semplicemente per questa ragione.

Non mi sono meravigliato, pertanto, quando Caterina mi ha sottolineato come per lei impegnarsi nella vendita dei vini al wine shop è una delle attività che la gratificano maggiormente e i risultati che riescono ad ottenere sono assolutamente in linea con questo impegno. Un esempio concreto, quindi, quello di Cà Maiol per dimostrare come **l'enoturismo può diventare** (e deve diventare) **uno straordinario generatore di reddito**.

Ma a Ca' Maiol ho anche compreso come si può sfruttare al meglio un **asset turistico**, in questo caso rappresentato dal

Lago di Garda. La “gita con degustazione” su un elegantissimo e funzionale motoscafo, che organizza Cà Maiol sul Lago di Garda, tramite prenotazione, è semplicemente fantastica.

Si parte dal suggestivo porto di Sirmione e in poco più di un’ora si può vivere un’esperienza bellissima, in coppia o con pochi amici, che difficilmente si può dimenticare. Il tutto è molto più semplice da organizzare rispetto a quanto si possa immaginare. **La creatività, in alcuni casi, è più preziosa delle risorse economiche.**

Il **Lugana Brut Cà Maiol metodo classico** che abbiamo degustato in barca, con il sole che ormai stava tramontando dietro le montagne che fanno da cornice al Lago di Garda, ci è sembrato semplicemente straordinario.

Questo è l’enoturismo che mi piace.
