

Enoturismo a Col Del Lupo: Giulia Rosanda svela strategie e le sfide del successo

scritto da Redazione Wine Meridian | 17 Giugno 2024



Nel cuore delle colline del Conegliano Valdobbiadene, patrimonio dell'UNESCO, l'azienda **Col Del Lupo**, guidata da Giulia Rosanda, ha trovato il suo spazio nel mondo dell'enoturismo. Un settore affascinante e competitivo dove l'innovazione e la tradizione si incontrano.

Come avete fatto a distinguervi in un territorio già noto per il vino ma meno per l'enoturismo?

La chiave è stata l'anticipazione. Abbiamo iniziato la nostra attività enoturistica **poco prima** che le colline venissero

riconosciute patrimonio dell'UNESCO. Questo ci ha permesso di posizionarci come pionieri, offrendo esperienze ben definite e facilmente comprensibili sul nostro sito, rivolte a target specifici.

Inoltre, abbiamo cercato di **distinguerci** delineando esperienze ben definite, le quali sono state descritte con chiarezza sul nostro sito per intercettare efficacemente i vari target di clientela. Questo approccio ha incluso la strutturazione di visite tematiche specifiche, una strategia che ha migliorato notevolmente la visibilità e l'attrattività della nostra offerta. Inoltre, l'apertura durante i fine settimana e la creazione di una rete collaborativa con produttori locali, agenzie di viaggio e altri operatori del settore hanno rafforzato la nostra presenza sul mercato, consentendoci di offrire un'esperienza complessiva più ricca e integrata.

Per rendere l'esperienza unica, abbiamo sviluppato **un format che riflette l'autenticità** della nostra azienda senza imitare le proposte di altre cantine, puntando su un'accoglienza che mescola professionalità e calore familiare. Crediamo fermamente nell'importanza di fornire ai visitatori conoscenze approfondite e specifiche legate non solo alla nostra realtà aziendale, ma anche al territorio circostante. Il nostro obiettivo è che ogni cliente lasci Col Del Lupo arricchito, portando con sé un ricordo significativo e distintivo della sua visita.

Qual è stato l'ostacolo maggiore nel vostro percorso verso il successo dell'enoturismo?

La burocrazia senza dubbio. Trasformare la nostra attività in un'entità enoturistica ha richiesto un grande **sforzo** per navigare le norme, che nel 2018 erano ancora **poco chiare**.

Da qualche tempo l'enoturismo è normato in modo abbastanza chiaro, ma nel 2018 c'era ancora molta **confusione**. Quindi, volendo noi partire nel modo corretto, abbiamo fatto fatica a

cercare le risposte che ci servivano a livello burocratico.

Quali competenze pensa siano essenziali per avere successo nell'enoturismo?

Empatia e **capacità comunicative** sono fondamentali, così come le **competenze linguistiche**, per accogliere una clientela internazionale. Non meno importanti sono le **competenze tecniche** per spiegare il processo di produzione e le **competenze digitali**, cruciali per il marketing e la vendita.

Leggi anche: [Come i Wine Club stanno rivoluzionando il mercato vinicolo: sfide, opportunità e strategie](#)

Come gestite i periodi di alta e bassa stagione?

Durante i periodi di calo delle visite, a Col Del Lupo ci impegniamo in un'**analisi condivisa** con altri operatori del territorio per determinare se il decremento sia un fenomeno isolato o parte di una tendenza più ampia. Questi momenti di bassa stagione, oltre a offrirci una pausa per ricaricare le energie, sono essenziali per valutare il rendimento delle nostre iniziative: analizziamo le statistiche, pianifichiamo le attività future e apportiamo eventuali aggiustamenti alle esperienze offerte. Questo può includere modifiche ai prezzi dei vini o variazioni nella durata delle visite.

Inoltre, approfittiamo di questi periodi più tranquilli per **aggiornare** i contenuti sul nostro sito e sui canali social, e per intensificare la **collaborazione** con tour operator, agenzie di viaggio e altre cantine. Questo sforzo di rete è vitale per mantenere la visibilità e l'efficacia della nostra proposta enoturistica, garantendo che ogni aspetto dell'esperienza offerta sia ottimale e risponda alle aspettative dei nostri visitatori.

Quanto tempo è necessario per avviare un'attività

di enoturismo e vedere i primi risultati?

Basandomi sulla nostra esperienza, ci vogliono circa **sei mesi per iniziare** a vedere il lavoro prendere forma, con **un anno per stabilizzarsi**. La persistenza e a volte anche un pizzico di fortuna sono decisivi.

Giulia Rosanda di Col Del Lupo dimostra che l'enoturismo, con le giuste strategie e un impegno costante, può non solo prosperare ma anche arricchire la cultura e l'economia locale. La passione per il vino e il territorio traspare in ogni dettaglio del loro lavoro, invitando gli appassionati a scoprire le bellezze di Conegliano Valdobbiadene.