

Rivoluzione enoturistica a Domodossola: la visione innovativa di Edoardo Patrone

scritto da Lavinia Furlani | 10 Giugno 2024



Nel cuore delle Prealpi italiane, **Domodossola** non è tradizionalmente riconosciuta come un centro vitivinicolo. Tuttavia, Edoardo Patrone ha cambiato questa percezione. Fondando la sua azienda nel 2016 dopo un soggiorno in Australia, ha intrapreso un percorso che ha trasformato il territorio in un vivace punto di riferimento per l'enoturismo. La sua storia evidenzia l'importanza dell'innovazione e dell'adattabilità nel settore vitivinicolo.

Come è nata l'idea di sviluppare un'attività vitivinicola in un'area come Domodossola,

tradizionalmente non associata al vino?

Al mio ritorno dall'Australia, ho colto l'opportunità di valorizzare le vigne abbandonate, spesso di proprietà di anziani che non potevano più curarle. Senza cantina o vigne proprie, abbiamo iniziato a lavorare su appezzamenti microscopici, totalizzando oggi circa 5,5 ettari in 35 micro appezzamenti, **integrando gradualmente** la produzione vinicola con l'enoturismo.

Quali sono state le strategie impiegate per emergere in un territorio non tradizionalmente noto per l'enoturismo?

La nostra vicinanza alla **Svizzera** e al **Lago Maggiore** ha giocato un ruolo cruciale. Abbiamo attirato turisti svizzeri e internazionali, non solo per il mercato locale ma anche per le nostre iniziative enoturistiche. Curiosamente, il turista svizzero, pur essendo vicino, ha un costo di acquisizione elevato, quindi abbiamo deciso di concentrarci su altri mercati, particolarmente quelli anglofoni, grazie anche alle competenze linguistiche e di accoglienza portate da mia moglie, formata in Svizzera.

Quali ostacoli avete incontrato e come li avete superati?

Il principale ostacolo è stata la **concorrenza salariale con la Svizzera**, che ha reso difficile il reclutamento di personale qualificato disposto a lavorare in Italia. Abbiamo anche dovuto affrontare la sfida di personalizzare le nostre offerte turistiche per adattarle a diversi segmenti di mercato, mantenendo una gestione efficiente delle prenotazioni e delle attività stagionali.

Come avete sviluppato le competenze per gestire con successo l'azienda e quali considerate

essenziali?

Oltre alla padronanza delle lingue, che è fondamentale, abbiamo puntato molto sull'**esperienza del cliente**. Abbiamo ridotto le visite guidate tradizionali in cantina, preferendo lasciare che i visitatori esplorino in autonomia, con supporto e materiali informativi pronti all'uso. Questo approccio permette un'esperienza più personale e meno formale, che risponde meglio ai desideri del cliente moderno.

Quali strategie adottate per gestire i flussi di visitatori e le attività nei periodi di bassa stagione?

Abbiamo implementato **eventi speciali** e **promozioni** durante i periodi meno affollati, come degustazioni tematiche e collaborazioni con altre aziende locali. Questo ci permette di mantenere l'interesse alto tutto l'anno e di bilanciare i flussi turistici, sfruttando anche i periodi di pausa per analizzare i dati e pianificare miglioramenti.

Quanto tempo è stato necessario per vedere i primi risultati significativi e come avete misurato il successo?

I primi cinque anni sono stati cruciali per stabilire le **basi** del nostro business enoturistico. Abbiamo ampliato costantemente la nostra offerta e affinato l'esperienza cliente basandoci sui feedback ricevuti, che ci hanno permesso di crescere e di raggiungere nuovi traguardi, come l'aumento significativo delle degustazioni annuali.

La trasformazione di Domodossola in una destinazione enoturistica di successo, guidata da Edoardo Patrone, evidenzia come la passione, l'innovazione e la comprensione delle dinamiche locali e internazionali possano **riscrivere le sorti di un territorio**. Questa avventura non solo ha rinnovato l'immagine della regione, ma ha anche creato un modello sostenibile di turismo vitivinicolo che celebra la cultura e

il paesaggio locali.