

Enoturismo a Washington: quando il vino è l'elemento centrale dell'accoglienza

scritto da Lavinia Furlani | 27 Giugno 2023



L'International Wine Tour negli USA ci ha portato nello Stato di Washington, un territorio che è riuscito a farsi strada tra le regioni produttrici di vino più importanti degli Stati Uniti. Lo Stato di Washington si trova infatti alla stessa latitudine delle famose regioni vinicole francesi e ciò consente a questo territorio di produrre vini rossi di alto livello.

Sono più di venti le cantine che abbiamo visitato durante la nostra permanenza, un viaggio che ci ha portato a scoprire

l'offerta enoturistica delle aziende che popolano questo straordinario terreno fertile. **Abbiamo osservato da vicino i segreti del loro modello enoturistico comparandolo a quello italiano**, ma anche a quello di California e Oregon, i due colossi del panorama vitivinicolo degli USA.

Le nostre osservazioni sul modello enoturistico delle cantine di Washington:

- **I numeri sono alti ma le dimensioni inferiori.** Sono oltre 1000 le aziende che producono vino in questo Stato, ma le realtà qui sono piccole, spesso a conduzione familiare e di pochi ettari.
- **Il posizionamento dei prezzi delle visite enoturistiche è decisamente inferiore** rispetto a quello che abbiamo trovato in California e Oregon. Bastano 10 o 15 dollari per accedere ad una degustazione base di due o tre vini.
- **L'industria è giovane.** A Washington sono molte le aziende nate negli ultimi dieci anni e questo significa che c'è molto margine di crescita. Nonostante questi presupposti, la qualità del vino è ottima, sia dei vini bianchi che dei vini rossi.
- **Il prodotto è centrale nella proposta enoturistica.** La visita enoturistica qui è interamente dedicata al vino, mancano quindi attività collaterali da svolgere all'interno delle cantine. Nel migliore dei casi c'è la possibilità di abbinare cibo al vino, ma si tratta comunque di soluzioni spartane, come piccoli corner dove il cliente può acquistare in autonomia qualche snack.
- **Manca la sinergia e la visione collettiva.** Abbiamo trovato delle aziende scollegate tra loro e parlando con gli operatori non abbiamo trovato supporto tra le realtà del territorio. Manca anche la conoscenza stessa del territorio che circonda l'azienda.
- **Presente una fortissima concentrazione di wine club,** punto chiave di ogni azienda per fidelizzare il cliente finale.

Da questa esperienza a Washington ci portiamo a casa l'ulteriore conferma che le persone sono la chiave dell'enoturismo. **In queste cantine abbiamo trovato un'accoglienza standard**, più focalizzata sul semplice atto di servire del vino piuttosto che sul costruire una relazione con i clienti, elemento che è invece fondamentale perchè in grado di definire il successo o l'insuccesso di una visita enoturistica.