Il calo dei consumi di vino e l’enoturismo come soluzione: una panoramica sui dati del 2023

scritto da Lavinia Furlani | 26 Agosto 2024



Negli ultimi anni, il mercato del vino ha dovuto affrontare sfide significative, tra cui un calo dei consumi e una crescente pressione sui margini di profitto delle aziende vinicole. Secondo i dati dell’Osservatorio UIV-ISMEA e del Centro Studi Management DiVino, i consumi di vino hanno registrato un decremento dell’8% rispetto al 2019, con un aumento dei costi delle materie prime e dell’energia che ha ulteriormente eroso i margini operativi.

Questa situazione ha spinto molte cantine italiane a cercare nuove strade per mantenere la redditività e l’enoturismo si è

dimostrato un canale sempre più importante in questa direzione.

Enoturismo: una crescita continua

L'enoturismo ha registrato una crescita costante e si è confermato un pilastro fondamentale, soprattutto per le piccole e medie imprese vinicole. Questo settore non solo offre la possibilità di diversificare le entrate attraverso la vendita diretta di vino ai visitatori, ma serve anche come potente strumento di branding, fidelizzazione dei clienti e promozione del territorio.

Tuttavia, è importante sottolineare che **la sola vendita di esperienze enoturistiche spesso non è sufficiente per garantire un guadagno significativo**, a meno che il numero di visitatori non sia rilevante o il valore delle esperienze offerto non sia elevato. Soni infatti le vendite dirette generate dalle visite a rendere redditizio il business, vendite che, come sottolineiamo in un recente articolo, sono in crescita.

Leggi anche: Enoturismo intelligente: quality over quantity

I trend dell'enoturismo nel 2023

Il 2023 è stato un anno di cambiamenti significativi nel settore enoturistico. Tra i dati più rilevanti registrati da Wine Suite, il software CRM e Marketing per la gestione dell'attività enoturistica in Italia, spicca un calo del 6% nel numero medio di visitatori nelle cantine italiane. Questo dato negativo è compensato però da un **aumento dell'11% del fatturato derivante dai servizi enoturistici,** segno di un miglioramento delle strategie di offerta e promozione delle cantine stesse.

Inoltre, **lo scontrino medio per prenotazione è aumentato del 18%**, attestandosi a 109 euro, un chiaro indicatore

dell’aumento del valore percepito delle esperienze enoturistiche.

Diversificazione e destagionalizzazione

Le cantine hanno adottato strategie di diversificazione e destagionalizzazione per attirare un pubblico più vasto e mantenere costante il flusso di visitatori durante tutto l’anno. Un **aumento del 25% delle visite** è stato registrato nei mesi tradizionalmente meno frequentati, come marzo, aprile, novembre e dicembre, segno che gli sforzi per rendere l’enoturismo un’attività meno stagionale stanno dando i loro frutti.

In un contesto di calo dei consumi di vino, l’enoturismo si presenta come una delle soluzioni più efficaci per sostenere il settore vinicolo italiano. Le cantine che sapranno sfruttare al meglio le potenzialità offerte dall’enoturismo, attraverso strategie di diversificazione, valorizzazione dell’esperienza e utilizzo del digitale, avranno la possibilità di compensare le perdite nei canali tradizionali e di mantenere la propria competitività in un mercato sempre più complesso. Il 2023 ha segnato un punto di svolta per l’enoturismo, confermandone il ruolo cruciale nel futuro del vino italiano.