

# L'accoglienza che è tutt'uno con la natura

written by Lavinia Furlani | 20 Luglio 2021



Gino ha capito subito che stava arrivando in un posto speciale, immerso in un bosco selvaggio in una mattina uggiosa piena di fascino. Fascino che è stato confermato appena lo abbiamo visto scendere le scale: **Manrico Degenhardt**, 26 anni e titolare dell'agriturismo [Cà di Rico](#) e [Bioni Vini](#).

Chiacchierare con lui è stato come fare un viaggio nel tempo, tra storia, passato, futuro, radici e visioni. Amo ascoltare storie di persone come Manrico, che a mio avviso racchiudono **il vero futuro del vino italiano** ed a cui tutti noi dobbiamo essere riconoscenti per la passione e le scelte di vita radicali. Sono questi i giovani del vino che, attraverso sacrifici e lungimiranza garantiranno una nuova visione

imprenditoriale e produttiva.

Manrico ci accoglie con la calma di chi vive con un ritmo diverso, il ritmo della natura.

Mi ha colpito molto il suo modo di raccontare la storia della sua famiglia, che ha condiviso non tanto per affascinare con uno storytelling efficace, ma per farci realmente capire ciò che lo ha portato a vivere come una sorta di "eremita", in un luogo senza connessione ed in pieno contatto con la natura.

Ci ha accolto nell'unico modo per lui immaginabile: facendoci immergere con semplicità e autenticità nel suo mondo, facendoci vivere l'energia di un luogo incontaminato e facendoci emozionare con i racconti del nonno Rico e dei suoi genitori.

**Orgoglio e ambizione** sono emersi dai racconti di Manrico, che ha saputo cogliere una sfida legata anche al territorio e che ci ha fatto capire che la sua è una visione chiara, un progetto importante seppur complesso. Il suo tocco è percepibile in ogni angolo, ma soprattutto nei suoi vini.

Non aver mai paura Manrico, la direzione è quella che hai già delineato dentro di te. Io auspico che siano tanti i Manrico in tutta Italia e che inizino a farsi sentire di più.

**I suggerimenti e le idee di accoglienza che abbiamo colto da Bioni vini:**

- usare lo storytelling non per incantare o fascinare ma per far capire i perché di una scelta;
- mantenere relazioni costanti con i clienti anche con dei gruppi WhatsApp per informare di iniziative di accoglienza.

