

Mornington Peninsula: il turismo del vino che nasce dal cuore e dalla visione

scritto da Lavinia Furlani | 6 Gennaio 2025



La Mornington Peninsula, situata a breve distanza da Melbourne, è una delle regioni enoturistiche più affascinanti d'Australia. Con circa 50 cantine, affiancate da birrifici e distillerie, questa destinazione attrae non solo turisti internazionali, ma anche un nutrito pubblico locale, soprattutto nei weekend.

Durante il nostro **Australia Wine Tour**, siamo rimasti colpiti da un modello organizzativo che ha molto da insegnare all'enoturismo italiano, soprattutto per quanto riguarda la sinergia tra le aziende del territorio e la mentalità con cui accolgono i visitatori.

Un territorio a misura di turista

La prima cosa che cattura l'attenzione è l'organizzazione territoriale. Ogni cantina, birrificio e distilleria è parte di un sistema coordinato che si traduce in mappe dettagliate, con informazioni chiare su orari, giorni di apertura, possibilità di pranzare e tipologie di prodotti. Questi strumenti sono pensati per facilitare la fruizione del territorio, rendendo l'esperienza turistica semplice e piacevole.

Ma non è solo una questione di organizzazione. La vera forza della Mornington Peninsula è nella **mentalità degli operatori**: un profondo credo che il turismo del vino debba nascere prima di tutto nelle teste e nei cuori di chi accoglie.

La pazienza come alleata della visione

Parlando con gli operatori locali, è emerso un concetto chiave: **la pazienza**, unita a una visione chiara. Il turismo non si sviluppa da un giorno all'altro. Qui, tutto è partito da singole aziende che hanno avuto il coraggio di chiedersi:

- Cosa posso offrire per convincere i visitatori a venire da me?
- Come posso farmi conoscere?
- Come posso intercettare i loro bisogni?

Questa visione ha trasformato ogni cantina in un punto di riferimento per i turisti. Alcune aziende, ad esempio, offrono servizi apparentemente semplici, ma strategici, come bagni esterni sempre puliti e accessibili a chiunque. È un gesto che parte dalla consapevolezza che offrire un servizio può trasformarsi in un'opportunità per attirare un visitatore nel wine shop.

Un paradigma culturale inverso

Il vero insegnamento della Mornington Peninsula sta nell'inversione del paradigma culturale: **i bisogni del visitatore vengono al primo posto**, e attorno a questi si costruisce un'offerta che diventa irresistibile.

Questo approccio richiede tre elementi fondamentali:

1. **Pazienza**: Il successo si costruisce nel tempo, con costanza e dedizione.
2. **Convinzione**: La certezza che ogni gesto, anche il più piccolo, può fare la differenza.
3. **Credo**: Una visione condivisa, capace di motivare ogni singolo operatore del territorio.

Cosa possiamo imparare?

L'enoturismo italiano ha tutte le potenzialità per adottare questo modello. Serve però un cambio di mentalità: **mettere il turista al centro**, ascoltare i suoi bisogni e costruire un'offerta che lo conquisti a partire dalle sue necessità.

In Mornington Peninsula abbiamo imparato che il turismo del vino non è solo un'opportunità economica, ma un progetto che parte dal cuore, dalla visione e dalla voglia di costruire qualcosa di unico.