

I tre problemi “insormontabili” delle cantine che vogliono fare enoturismo

scritto da Redazione Wine Meridian | 6 Maggio 2024



L'enoturismo può essere una vera manna per le aziende vitivinicole perché in grado di offrire fantastiche opportunità per crescere e valorizzarsi. Ma non è tutto rose e fiori, soprattutto per le cantine più piccole o quelle nascoste in angoli meno battuti.

In questo articolo, ci addentriamo nei tre grossi scogli che possono rendere tutto più complicato: la mancanza di personale, la posizione in zone rurali e il budget sempre troppo stretto.

1. Mancanza di personale esclusivamente dedicato all'hospitality

“Seguo le visite in cantina ma sono anche un tuttotfare”: questo è quello che ci dicono molti addetti all'ospitalità. La figura dell'Hospitality Manager spesso si ritrova a gestire non solo il business enoturistico, ma anche il marketing, il commerciale, l'amministrazione e talvolta la produzione. Questa sovrapposizione di ruoli ostacola ogni progresso: com'è possibile creare valore se si è costantemente in modalità di emergenza?

Investire nella figura dell'Hospitality Manager, garantendo le risorse per permettergli di concentrarsi esclusivamente sul suo ruolo, è essenziale per migliorare la qualità dell'accoglienza e dell'esperienza enoturistica.

Leggi anche: [Essere Hospitality Manager è cool: la figura del futuro nell'enoturismo](#)

2. Area poco vocata

Le cantine situate in regioni meno note o considerate non tradizionali per il vino affrontano la sfida di attrarre visitatori, che spesso prediligono destinazioni enoturistiche già affermate.

Tuttavia, la cooperazione è in grado di cambiare le carte in tavola. Le storie di successo dicono che collaborare con consorzi, tour operator, ma soprattutto con ristoranti, b&b e altre cantine è la chiave del successo. L'enoturismo è anche questo: l'unione che fa la forza per valorizzare il proprio territorio.

Leggi anche: [Masseria Cuturi: valorizziamo le caratteristiche di questa terra, cercando di attingere da quello che offre](#)

3. Poco Budget

Il budget limitato è il problema che più comunemente viene lamentato dalle aziende, soprattutto dalle cantine più piccole. A nostro parere, le aziende tendono a preoccuparsi troppo di investimenti che sono in realtà meno importanti di quanto si pensi, come la ristrutturazione o l'ingrandimento di una sala degustazione che sembra dover essere perfetta.

Gran parte dell'attività enoturistica può essere fatta bene con investimenti minimi. Elementi fondamentali come una descrizione accurata sul sito web, un'accoglienza calorosa, uno storytelling coinvolgente e un buon vino sono azioni che non richiedono grandi spese ma possono definire l'esperienza del visitatore.

Nonostante queste sfide possano sembrare insormontabili, con le strategie giuste e un approccio dedicato, anche le cantine in situazioni meno ideali possono trarre vantaggio dall'enoturismo.

Wine Tourism Hub Academy offre un nuovo corso per Hospitality Manager che fornisce gli strumenti e le competenze necessarie per trasformare l'enoturismo in una componente di successo e redditizia dell'attività vinicola, enfatizzando l'importanza di personale qualificato, tecniche di marketing efficaci e gestione ottimale delle risorse.

Leggi anche: [L'enoturismo non è solo visite in cantina: il potenziale delle vendite dirette](#)