

Le aziende del comparto enoturistico non comunicano bene

scritto da Lavinia Furlani | 12 Febbraio 2024



Si è svolto giovedì 8 febbraio il primo incontro ufficiale che ha dato il via al Club degli Hospitality Manager, la prima community interamente dedicata agli operatori del settore **enoturistico** che oggi conta più di 500 membri.

L'evento ha visto la partecipazione di oltre 50 Hospitality Manager che, riuniti all'interno del complesso fieristico di Hospitality – Il Salone dell'Accoglienza, hanno avuto l'opportunità di prendere parte al convegno e alle attività di workshop specificamente progettate per esplorare le principali **problematiche** del loro ruolo e identificare **soluzioni concrete**.

L'intervento di Wine Meridian: la chiave della comunicazione nell'enoturismo

Fabio Piccoli, Direttore di Wine Meridian, realtà fontrice del club, è intervenuto al convegno condividendo dati significativi che rivelano lo stato attuale dell'enoturismo in Italia, con un focus particolare sulla **comunicazione** delle aziende del settore.

È stata infatti condivisa un'indagine che ha coinvolto **1600 aziende** che operano nel settore enoturistico, esaminando la modalità con cui comunicano le loro offerte attraverso i siti web, le mail e le chiamate.

Il dato più significativo rivela che **il 31% dei siti web aziendali non promuove la possibilità di svolgere esperienze enoturistiche nella propria realtà**, questo nonostante si tratti di aziende che operano nel settore.

L'indagine ha sottolineato inoltre l'importanza di specificare **i prezzi e la durata delle visite enoturistiche** nei siti web, evidenziando che **sono molte le aziende che non forniscono informazioni chiare in merito**. Anche la descrizione delle esperienze è risultata essere un punto critico, con **il 28% delle aziende che forniscono descrizioni vaghe e approssimative** delle esperienze.

Gli errori della comunicazione nei siti web delle aziende enoturistiche:

Siti web che non riportano i prezzi delle esperienze	44%
Siti web aziendali che non promuovono le esperienze enoturistiche	31%
Siti web che forniscono descrizioni vaghe delle esperienze	28%

Un altro punto saliente dell'incontro è stato il test che è stato svolto sulle aziende esaminate: sono stati esaminati i

tempi e le modalità di risposta alla richiesta di informazioni da parte di un potenziale cliente via mail. Il 55% delle aziende ha risposto entro 2 ore e il 16% entro 12 ore.

Un risultato insufficiente invece per le aziende che hanno risposto dopo 12 ore (13%) e quelle che non hanno dato alcuna risposta (16%), le quali evidenziano che c'è ancora molta strada da fare per migliorare l'efficacia del servizio.

Tempi di risposta delle aziende enoturistiche italiane:

Aziende che hanno risposto entro 2 ore	55%
Aziende che hanno risposto entro 12 ore	16%
Aziende che hanno risposto dopo 12 ore	13%
Aziende che NON hanno risposto	16%

Ci sono quindi delle **lacune** significative nel comparto enoturistico italiano, e per fare dei progressi sono necessarie delle **risorse umane adeguate**. Gli Hospitality Manager giocano infatti un ruolo cruciale in questo, ed è da qui che è nata la necessità di creare una **community** a supporto come il **club**.

Il successo del primo incontro del Club degli Hospitality Manager è un chiaro segnale dell'entusiasmo che manifestano gli operatori dell'enoturismo italiano. Il club ha dimostrato di essere un punto di riferimento per il settore, fornendo un ambiente collaborativo e spunti di riflessione interessanti per affrontare le sfide e costruire un futuro prospero per l'enoturismo in Italia.

Se desideri entrare a fare parte del club gratuitamente, compila il modulo al seguente [link](#).