

In Sudafrica a scuola di enoturismo

scritto da Fabio Piccoli | 3 Marzo 2017



La Stellenbosh in Sudafrica è una delle zone del vino più belle al mondo. E' posizionata in una zona geograficamente strategica a meno di un'ora da Cape Town e con una rete di aziende organizzatissime che sono riuscite a costruire uno dei migliori modelli enoturistici al mondo.

Potremmo dire, con una certa amarezza, che anche qui siamo di fronte ad un esempio enoturistico che testimonia come le nostre aziende del vino mediamente sono ancora ben lontane dall'essere riuscite ad intercettare al meglio una così straordinaria opportunità.

"Lo scorso anno " ci spiega Karen Woodcock, responsabile dell'accoglienza dell'azienda Groot Constantia " abbiamo raggiunto il record di ben 400.000 visitatori". Basterebbe già

questo numero per far capire cosa significa wine tourism nella Stellenbosh.

Groot Constantina è un esempio incredibile di organizzazione enoturistica con un centro di accoglienza che smista decine di migliaia di turisti a settimana nelle tre diverse sale degustazioni, i due ristoranti e la vasta area pic nic.

“Negli ultimi anni abbiamo avuto un straordinario aumento di enoturisti ” sottolinea Karen ” grazie anche all’essere diventati meta dei bus della linea City Sightseeing Cape Town”.

Quest’ultimo è un ulteriore esempio dell’assoluto approccio “laico” che anche nella Stellenbosh (molto simile a quanto avviene in Napa e Sonoma in California) si ha nella gestione del turismo del vino. E mentre da noi si continua a pensare alle aziende del vino come una sorta di luoghi sacri da preservare dall’”onda turistica”, qui si fa di tutto per agevolare l’accoglienza dei turisti.

E non si pensi che si tratti dei “soliti” americani o giapponesi alla ricerca di Disneyland del vino, perché in realtà la maggioranza degli enoturisti che ogni anno prendono realmente d’assalto la Stellenbosh sono, pensate un po’ gli europei, francesi in primis, ma anche tedeschi ed italiani apprezzano particolarmente questa originale tipologia di meta turistica.

La ricetta di questo successo non è poi particolarmente complessa: alla base c’è una logistica concretamente pensata per la gestione dei flussi turistici (dai parcheggi, alle aree di accoglienza e, soprattutto, da personale preparato); poi vi è la straordinaria capacità di non “limitarsi” al vino ma di offrire una serie di servizi, dal classico tasting (ma con personale che pensa a far rilassare e non a fare il master of wine) alle più svariate tipologie di abbinamenti con il food. Su quest’ultimo punto, per amore di verità, le leggi italiane continuano a rendere complessa la possibilità di consentire anche alle aziende del vino questa tipologia di “ristorazione”.

Ma aldilà di tutto questo, il principale fattore di successo

dell'enoturismo in Stellenbosh è quello di essere riusciti a renderlo di incredibile accessibilità con una segnaletica perfetta, siti aziendali che ti fanno capire immediatamente quali servizi offre l'azienda, una miriade di pubblicazioni pubblicitarie presenti in tutti gli hotel e bar di Cape Town che evidenziano la vastissima offerta enoturistica di questo pezzo d'Africa.

Chiudiamo questo primo report da Stellenbosh evidenziando come un altro fattore di grande importanza per lo sviluppo dell'enoturismo in Sudafrica è la possibilità di acquistare vini in azienda a prezzi assolutamente favorevoli.

Ci vengono in mente le difficoltà italiane di vendere vini in azienda a prezzi magari di soli pochi centesimi inferiori a quanto avviene in un'enoteca o in un ristorante, mentre acquistiamo un ottimo Chenin Blanc di Spier 1692 a 60 rand (4,5 euro).