Intervista a Winedering: prima startup dell'enoturismo a sbarcare nella Silicon Valley

scritto da Isabella Lanaro | 27 Novembre 2022



Winedering, l'affermato portale che permette l'incontro tra enoturisti e cantine, è stato scelto per partecipare al prestigioso Global Start Up Program. Si tratta di un percorso della durata di due mesi che consente a **startup selezionate di interagire con un network di potenziali investitori presenti nella Silicon Valley.** È la prima startup totalmente incentrata sull'enoturismo a volare oltreoceano per prendere parte a questo progetto.

Per l'occasione **abbiamo intervistato i due fondatori dell'azienda: Stefano Tulli e Denis Seghetti**, il primo titolare di tour operator ed esperto di turismo internazionale, il secondo digital consultant, esperto di

sviluppo software e marketing digitale.

Winedering è uno dei marketplace più importanti in Italia dedicato alle esperienze enoturistiche. Come si sta concludendo la stagione estiva e quali sono i risultati che state raggiungendo nel 2022?

Il 2022 sta andando molto bene. Il settore enoturistico segue un andamento stagionale: i flussi principali iniziano a maggio, proseguono fino al picco di agosto, per poi diminuire dopo settembre e ottobre. Quest'anno ad agosto abbiamo avuto un picco importante di prenotazioni e arrivati a settembre ci aspettavamo un calo, ma ad oggi stiamo persino superando la media del mese precedente. Fino ad ora **possiamo dire di aver portato 7000 viaggiatori nelle cantine di tutta Italia quest'anno**, e ne sono previsti ancora molti. Ci aspettavamo questi numeri perché siamo in crescita dallo scorso anno. Il settore enoturistico non tende a scemare e il mercato anglofono sta generando dei numeri oltre le aspettative.

Sarete la prima start-up italiana dedicata all'enoturismo che parteciperà al Global Start Up Program nella Silicon Valley. In che cosa consiste questo percorso e cosa vi aspettate da quest'esperienza?

Si, siamo i primi. Si tratta della terza edizione del programma organizzato dall'ICE (Istituto per il Commercio Estero). Il Global Start Up Program offre un percorso di accelerazione con l'obiettivo di supportare la crescita di startup italiane provenienti da diversi ambiti, consentendo alle aziende di aumentare esponenzialmente le loro capacità di sviluppo professionale. Una curiosità che ci contraddistingue: quasi tutte le altre startup del programma provengono da Milano o in generale dal nord Italia. Noi siamo l'unica realtà originaria del centro Italia, infatti la nostra azienda nasce nelle Marche. Non era scontato essere presi, l'acceleratore ha mostrato interesse per la nostra realtà e ha valutato la nostra affinità con il territorio della Silicon Valley.

Abbiamo deciso di puntare alla Silicon Valley perché si trova a due passi da un importante polo strategico dell'enoturismo: la Napa Valley. Questo territorio rende la nostra attività di fundraising immediata e semplice grazie alla presenza di investitori che possiedono già familiarità con il settore enoturistico. L'idea di creare questa azienda è nata in Napa Valley e tornarci non sarebbe chiudere un cerchio, ma di certo vorrebbe dire raggiungere un obiettivo per noi significativo.

Nel corso di questo programma avrete l'occasione di confrontarvi con altre startup, quali sono i vostri punti di forza che credete vi contraddistingueranno?

L'ambiente del Global Start Up Program non è nato per creare competizione tra le aziende, ma per permettere a tutti di crescere nelle giuste condizioni. È difficile dire cosa ci contraddistingue dalle altre startup perché proveniamo tutti da settori differenti. Sicuramente Winedering è la realtà con il modello di sviluppo più "classico" essendo un marketplace verticale nel mondo dell'enoturismo.
Se dovessimo invece individuare cosa ci distingue dai nostri competitors, sarebbe sicuramente la nostra visibilità: quando si tratta di enoturismo ad oggi Winedering batte Tripadvisor in Italia. Ciò che le aziende ci richiedono è la visibilità e noi siamo in grado di fornirgliela portando concretamente i turisti in cantina.

Premiare una start-up dedicata all'enoturismo ci fa capire come questo settore sia diventato strategico per il mondo del vino. Dal vostro osservatorio quali saranno i futuri cambiamenti e come dovranno strutturarsi le cantine italiane?

Quello che osserviamo dalle prenotazioni che riceviamo è che il **profilo dell'enoturista** non è più tanto quello di un appassionato di vino, ma è quello di un **viaggiatore che vuole provare l'esperienza enoturistica in un Paese dove la visita in cantina è un must. Questo tipo di clientela è sempre più**

interessata agli abbinamenti gastronomici rispetto alla degustazione classica ma le cantine tendono a sottovalutarlo. Le esperienze più vendute nel nostro portale sono quelle legate al food e le realtà che puntano sull'abbinamento con il cibo sono quelle più gettonate.
Ma ciò che riesce davvero a fare la differenza quando si tratta di numero di prenotazioni è la disponibilità: l'enoturismo del futuro prevede le aperture domenicali. Abbiamo una valanga di prenotazioni per il weekend e le aziende che non aprono le loro porte nei giorni festivi con orari estesi perdono un afflusso importante di turisti. Ad esempio, a ferragosto siamo stati sommersi di richieste di wine lunch, ma le cantine erano chiuse.

A seguito dell'esperienza nella Silicon Valley, verso quali nuove direzioni si orienterà Winedering nel futuro?

Sicuramente l'internazionalizzazione. Il nostro obiettivo è fare quello che facciamo in Italia anche in altri Paesi in cui ci sono delle importanti wine destination, fino a raggiungere tutti questi Paesi con almeno una cantina. Ci stiamo già lavorando, infatti il prossimo anno **saremo in Spagna e Portogallo e successivamente in Australia.** L'internazionalizzazione non sarà solo dell'offerta, ma anche nel nostro sito che sarà tradotto nelle lingue più importanti. Con l'esperienza nella Silicon Valley capiremo meglio come muoverci per anticipare la nostra scalata all'estero, il nostro focus oggi è questo.