Come impostare una strategia di enoturismo vincente

scritto da Lavinia Furlani | 8 Marzo 2022

Tommaso, un giovane appassionato di vino, mi ha scritto un messaggio che ritengo sia una sorta di **appello su cui dobbiamo tutti riflettere quando parliamo di enoturismo.**

“**La mia generazione Z si scontra con la mancanza di leggerezza del vino tutti i giorni.** Ci deve essere maggior facilità di accesso. Ad ora, l’enoturismo è ancora troppo macchinoso: prenota, raggiungi, attendi. Tutto troppo lungo e troppo lento. La mia generazione è quella generazione che oggi decide e oggi parte, ora decido e ora faccio. So che è difficile sdoganare i vecchi cerimoniali, ma davvero il mondo del vino non è pronto a rendere tutto più easy?”.

Il messaggio di Tommaso mi è arrivato proprio mentre stavo entrando, senza aver prenotato, in una delle **tante aziende visitate in Sud Africa.**
Il concetto di leggerezza, facilità di accesso, e di impostazione “easy” è forse ciò che ha contraddistinto tutte le aziende che abbiamo visitato in questo tour, a prescindere che fossero grandi o piccole, esclusive o più semplici.

Che cosa ha reso Easy la nostra esperienza?

- **PRENOTAZIONE**: In tutte le aziende c'è la possibilità di accedere anche senza prenotazione. Ovviamente non per le attività particolari come visita con la jeep, o incontro con l'enologo, ma a tutti viene garantita la possibilità di degustare, conoscere ed acquistare i vini.
- **VISITA AZIENDA**: La visita dell'azienda (dalla parte produttiva al vigneto) non è un must. In molte aziende si può entrare, degustare, vivere l'azienda senza necessariamente fare la visita in cantina.
- **PARTE PRODUTTIVA:** Non sempre viene descritta e fatta visitare la parte produttiva, ma si parte dal prodotto finale per andare poi a ritroso con il racconto non necessariamente tecnico o esaustivo.
- **ACCOGLIENZA**: Mi sono sempre sentita la benvenuta in ogni azienda, anche dove siamo entrati a ridosso dell'orario di chiusura. Quell'accoglienza che pone tutti allo stesso livello e che non lascia spazio a nessun pregiudizio. Quell'accoglienza che il nostro mondo del vino deve imparare dal turismo.
- **DEGUSTAZIONE:** Ho degustato circa 60 vini diversi che mi sono stati tutti raccontati in massimo 120 secondi l'uno, per poi lasciare spazio al convivio, al confronto, alle curiosità: il tutto in modalità smart. Le note informative sono state spesso rinviate a brochure o schede di degustazione.
- **ACQUISTO**: La parte dedicata alla vendita è sempre presente ma vissuta con leggerezza e naturalezza. I prezzi e le promozioni sono tutti esposti già nelle schede degustazioni.
- **DIVERTIMENTO e STATUS**: Visitare aziende del vino è una forma di divertimento e allo stesso tempo rappresenta uno status di benessere. Non è qualcosa di pesante, noioso o solo per intenditori.
- **TEMPO**: non necessariamente c'è un tempo di permanenza

in azienda, ma se si sta bene ci si può fermare a terminare la propria degustazione.

Non vogliamo suggerire di replicare il modello sudafricano in Italia: i punti di partenza sono opposti. Noi partiamo da un forte legame con la produzione, dove le aziende sono prima di tutto dei luoghi di lavoro e solo in un secondo momento si prestano all'accoglienza. Loro partono da luoghi creati apposta per accogliere persone e concepiti per far stare bene, **curando ogni singolo dettaglio di location perfette dove degustare i vini dell'azienda**.

Ma **siamo dell'idea che possiamo imparare molto e portare meno serietà e sacralità al nostro vino,** per poter accogliere tutte le persone come Tommaso che lamentano troppo distacco tra l'enoturista e il format aziendale proposto.
Sicuramente questo cambio implica, paradossalmente, una maggior organizzazione, **ma siamo convinti che nulla è impossibile per il nostro amato vino italiano!**