



# WINE PATHS, UN SITO WEB PER L'ENOTURISMO DI LUSO

Ottobre 3, 2017 **Alessandra Piubello** Evidence News Wine

**Stéphane Tillement**, ex dirigente in **British Airways**, con un passato di venticinque anni di esperienza nel settore turismo di lusso, già proprietario dell'agenzia viaggi Mauriac e di Wine Tour, si è lanciato in una nuova avventura. Bordolese, amante del buon vino e dei viaggi ad alto comfort, fonda pochi mesi fa un sito, **Wine Paths**, che si propone come la risposta on line all'enoturismo d'élite. L'abbiamo incontrato per capire meglio **Wine Paths** e le sue caratteristiche.



## ***Com'è nata l'idea di Wine Paths?***

Ho creato otto anni fa la rete dell'agenzia di viaggi Wine Tour In France, attorno al tema Wine & Dine in tutte le regioni vitivinicole francesi. Durante il Salone del lusso a Cannes, (ILTM) nel dicembre 2015, avevo incontrato delle persone influenti dell'hotellerie di lusso italiana, che mi avevano proposto di aiutarmi a creare la stessa cosa in Italia, ovvero Wine Tour In Italy. Dopo averci pensato, ho deciso di creare piuttosto un marchio mondiale sul turismo del vino di alta gamma. L'idea era quella di creare la guida Michelin del turismo del vino: questo concept non esisteva proprio.

***Quando tempo ci ha lavorato, prima di lanciarla nell'aprile del***

## **2017?**

Un anno. Per trovare il nome, registrare il marchio, per coinvolgere i soci azionisti Michel Rolland per il vino e Christophe Poupinel per il web, per scegliere l'équipe, per trovare gli associati membri, dalle cantine agli hotel, dai ristoranti alle agenzie di viaggio locali, poi per studiare il sito web.

### ***Quanti paesi collaborano a questa iniziativa, dall'aprile 2017?***

Nove: Francia, Italia, Portogallo, Spagna, Sud Africa, Argentina, Cile, Australia e Nuova Zelanda, con duecentoquaranta membri aderenti di alto livello. Nel trimestre finale del 2017 aggiungeremo Napa Valley e Scozia. Nel 2018 abbiamo in programma di inserire Germania, Austria e altri paesi.

### ***Che tipo di risultati state ottenendo?***

Abbiamo una domanda di richiesta di adesione al giorno, ma il numero di visitatori, specialmente francesi e americani sono in aumento ogni mese.

### ***Quali sono le regioni o gli Stati più all'avanguardia in questo settore?***

Napa Valley, Toscana e Sud Africa.

### ***E il resto dell'Italia, a parte la Toscana?***

L'Italia ha certamente una delle più belle offerte mondiali, un po' come la Francia: regioni diverse, grandi vini, paesaggi sbalorditivi, gastronomia, cultura eppure tutta questa offerta (salvo per le destinazioni molto conosciute), non è unita sotto un unico cappello o un marchio collettivo e quindi è difficilmente visibile per un pubblico non esperto.

### ***Come si aderisce a Wine Paths?***

Una volta che abbiamo testato la validità e qualità dei servizi offerti nonché l'affidabilità e serietà professionale del nostro futuro partner attraverso diversi metodi (commenti del pubblico, dei professionisti del settore, conferma da parte dei nostri partner agenti di viaggio in loco, qualità dell'esperienza), si può aderire pagando un abbonamento annuale, in modo tale che il suo marchio sia presente sul nostro sito con la sua offerta.



***Facciamo qualche esempio di cosa succede nel momento in cui un utente decide di rivolgersi a voi per organizzare il suo viaggio all'estero.***

Un cliente potenziale ha due opzioni che gli sono proposte: una nella quale si costruisce il suo viaggio da solo scrivendo ai nostri partner (cantine, hotel, ristoranti...), domandando loro disponibilità e costi, che saranno poi pagati direttamente ai nostri partner. L'altra, nella quale domanda al nostro partner agente di viaggio locale esperto della sua regione di studiare un pacchetto secondo i suoi specifici interessi, per esempio: tre notti in boutique hotel de charme, cinque degustazioni in cantina, tre ristoranti, un tour in elicottero, un corso di cucina. In questo caso l'agenzia gli propone un progetto di viaggio con relativo prezzo che poi il cliente prenoterà dal nostro partner locale.

***Come sceglie i suoi partner in loco?***

Grazie al nostro network e alla loro attendibilità. Cerchiamo anche di portare avanti partner meno conosciuti ma molto competenti e che hanno bisogno del nostro aiuto per affermarsi, proprio quei collaboratori che per noi sono stati dei "coup de coeur".

***Quali sono i vostri punti di forza e quali i punti di debolezza.***

I nostri punti forti sono gli indirizzi di alto livello messi sul sito, il fatto di costruire un marchio mondiale stile guida Michelin, il lato innovatore della nostra offerta, i nostri soci che sono dei noti specialisti nel loro settore, come Michel Belland per il vino e Christophe Bouquiel per il

settore come Michel Rolland per il vino e Christophe Poupiner per il web e la tecnologia applicata ai viaggi di lusso. I punti deboli sono il tempo che ci vuole per costruire un'offerta mondiale, il tempo che è necessario per avere un traffico importante, la quota annuale di mille euro.

### ***Perché un enoturista dovrebbe fidarsi di voi?***

Per l'affidabilità dei nostri partner, per la fama dei nostri azionisti e per il fatto che non mettiamo dei prezzi ma solo degli indirizzi di indiscussa qualità.

### ***Quali sono i progetti futuri?***

Per la fine del 2017 metteremo ulteriori fondi per trecentomila euro (dopo la prima iniezione di quattrocentomila euro), per lavorare su più fronti: assumere un direttore web marketing, l'acquisto di parole chiave su Google USA, avviare azioni di relazioni pubbliche e coinvolgere degli ambasciatori che ci aiuteranno a sviluppare contatti, a far conoscere il nostro marchio e anche a far aumentare le visite al sito.



Non si può dire che **Stéphane Tillement** non abbia le idee chiare. E che non sappia scegliere i suoi partner. Diamo un'occhiata a quelli che ha in Italia, per esempio. Tra le **cantine**: Antinori, Castello Banfi, Borgo San Felice, Icaro, Tenuta di Biserno, Marchesi di Barolo, Caiarossa, Villa Sandi, Campo alle Comete, Ca' del Bosco, Col d'Orcia, Franz Haas, Rocca di Frassinello, L'Acquagiusta, Feudi del Pisciotto, Cottanera. Tra gli alberghi: Lupaia, Monaci delle Terre Nere, Castello Banfi, Il Borgo, Borgo San Felice, L'Andena, L'Albergo (P. &

Banfi – Il Borgo, Borgo San Felice, Langhina, Laibetia (n & C). **Ristoranti:** Rinuccio1180, Castello Banfi—Il Borgo La Taverna, Castello Banfi – Il Borgo – Sala dei Grappali, Borgo San Felice – Il Grigio, Borgo San Felice – Il Poggio Rosso, Trattoria Enrico Bartolini, Marchesi di Barolo – La Foresteria, Monaci delle Terre Nere – Locanda Nerello. Tra **agenzie di viaggio:** Le Baccanti Tours Firenze (su Toscana e Puglia), Essence of Sicily (per la Sicilia), Bespoqe (su Piemonte, Umbria, Veneto).

[www.winepaths.com](http://www.winepaths.com)

**Tags:** Michel Rolland, Stéphane Tillement, Wine Paths, Wine Tour

Previous article

MARINA ABRAMOVIĆ ESPONE AD ALBA GRAZIE  
ALLA FAMIGLIA CERETTO

Next article

LA TAVERNETTA, ALTA GASTRONOMIA TRA I

## ALESSANDRA PIUBELLO

Giornalista enogastronomica, è direttore responsabile di alcuni periodici. Collabora con guide nazionali e le più importanti riviste di settore. Ha pubblicato alcuni libri. Degustatrice professionista, partecipa ai più autorevoli concorsi al mondo. Ama il buon cibo, l'ottimo vino e la Bellezza. E' membro di prestigiose associazioni.

### RELATED POSTS

NEWS WINE

FONDAZIONE BANFI E  
SANGUIS JOVIS, L'ALTA  
SCUOLA DEL  
SANGIOVESE

Ottobre 3, 2017 **Redazione James**

PRIMO PIANO WINE

G.D. LANGHE  
CHARDONNAY 2011  
BIANCO DI CASA  
DAMILANO

Ottobre 1, 2017 **Bruno Petronilli**

---

## JAMES CATEGORIES

Champagne

---

Wine

---

Food

---

Spirits

---

Rooms

---

Wellness

---

Lifestyle

---

Art

---

News

---

## JAMES MAGAZINE

Testata giornalistica registrata presso il Tribunale di Perugia n.6 del 12 maggio 2017

Direttore responsabile:

**Bruno Petronilli**

[direttore@jamesmagazine.it](mailto:direttore@jamesmagazine.it)

PR Manager:

**Riccardo Gabriele**

[marketing@jamesmagazine.it](mailto:marketing@jamesmagazine.it)

Comitato di redazione:

**Chiara Giovoni**

**Andrea Gori**

Redazione: [redazione@jamesmagazine.it](mailto:redazione@jamesmagazine.it)

Via Sant'Ercolano 2 - Perugia

**Tel. 075.5726801**

**Editore:**

**Business Farm**

S.S. Tiberina Nord 26/T

06134 Perugia

---

## JAMES' SOUL

James, ovvero passioni, irrefrenabili ed abbaglianti, che dominano l'animo, il cuore e la mente.

James è uno stile di vita, un universo, in cui la ricerca della bellezza è la costante ideologica che ispira ogni atto, ogni emozione.

James è il lusso del piacere, tra champagne e grandi vini, ristoranti, viaggi, resort esclusivi, spirits, sigari.

***“la bellezza salverà il mondo”***  
***Fëdor Dostoevskij***

## SOCIAL JAMES



---

## JAMES' STAFF

Alessandra Piubello

Andrea Gori

Camilla Rocca

Carla Pacelli

Chiara Giovoni

Gelsomina Sampaolo

Giorgio Perozzi

Giuseppe Garozzo Zannini Quirini

Lido Vannucchi

Luca Bonacini

Manlio Giustiniani

Nora Farinella

Pierluigi Gorgoni

Sara Carlini

Sara Favilla

