

Filippo Magnani e la sua Fufluns Wine Travel Concierge celebrano il 25° anniversario, un traguardo speciale per una piccola agenzia di viaggi di vino, nata da un pioniere del settore e affermatasi nel tempo con un'offerta di esperienze uniche, alla scoperta delle eccellenze enologiche italiane.

Per conoscere meglio questa esclusiva realtà di nicchia, siamo andati ad intervistare il fondatore, Filippo Magnani, che ci ha “aperto le porte” della sua azienda.

Filippo, Fufluns Wine Travel Concierge, specializzata in tour del vino personalizzati, compie 25 anni. Come è iniziata questa avventura?

Sono stati i percorsi di vita e di studio a portarmi su questa strada. Di vita perché ho avuto la fortuna di nascere e crescere in un posto meraviglioso, la Toscana, ambita meta di visitatori da tutto il mondo e terra di vini di qualità. Di studio perché, dopo essermi laureato in Scienze del Turismo presso l'Università di Firenze, ho conseguito un MBA in Gestione dell'Ospitalità presso l'Università di Brighton (UK) ed ho perfezionato la mia preparazione sul campo, lavorando come Responsabile F&B in diverse catene alberghiere di lusso: all'epoca aspiravo a diventare direttore generale di hotel. Grazie a queste esperienze ho potuto viaggiare molto e, nel 1996, durante una visita alla Napa Valley, famosa regione vinicola della California, si è accesa in me la prima scintilla: unire l'esperienza nel campo turistico con la passione per il vino, tramandata dalle mie origini toscane.

Per altri tre anni ho continuato a viaggiare tra le principali regioni vinicole del mondo fino a quando mi sono convinto che era arrivato il momento di fondare una mia agenzia di viaggi in Italia. Non un'agenzia qualunque, ma una “boutique” specializzata in tour del vino “su misura”, dedicata a professionisti del settore e appassionati. Era il 1999 e, a soli 26 anni, fondavo Fufluns (ndr il nome del Dio Etrusco del vino). Da quel momento è iniziato un percorso continuo di crescita, apprendimento e consolidamento, che non mi ha impedito di proseguire gli studi nel mondo del vino. Mi sono diplomato presso il Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux in Francia e, nel 2006, ho ottenuto il Diploma Wset a Londra.

Come si è evoluta nel corso degli ultimi 25 anni la panoramica del turismo del vino in Italia?

Negli anni '90, il turismo enologico non era ancora riconosciuto, in Italia, come un segmento di mercato distinto. I viaggiatori internazionali arrivavano nel nostro paese per l'arte e la storia, per le splendide città, il mare e le montagne, o per viaggi di lavoro. Ed anche se la cucina tricolore, l'olio d'oliva ed il vino, potevano essere ulteriore fonte di attrazione, pochissime cantine erano consapevoli dell'importanza dell'accoglienza in loco ed aprivano per degustazioni.

Lentamente, da 20 anni a questa parte, il settore vinicolo italiano ha cominciato a riconoscere il potenziale del turismo enogastronomico. Organizzazioni come il Movimento Turismo del Vino, Città del Vino, Le Donne del Vino, hanno iniziato a promuovere le visite in cantina, le associazioni di sommelier hanno avviato corsi per gli amanti del vino, i consorzi di tutela si sono cimentati nella promozione delle proprie regioni come “destinazioni enoturistiche”. Iniziative che hanno contribuito a far crescere l'attenzione mediatica intorno a questo importante comparto. Le campagne nazionali per il turismo hanno messo in evidenza il vino italiano, il cibo e lo stile di vita, mentre le cantine, dal canto loro, hanno preso consapevolezza dei benefici della promozione e della vendita diretta ai visitatori in azienda.

Oggi, sia i grandi dell'enologia nazionale che le piccole e meno note aziende vinicole a gestione familiare, hanno aperto le loro porte. Molte hanno investito nell'accoglienza in cantina per gli escursionisti di un solo giorno, ma anche per i viaggiatori “gourmet” che soggiornano nei wine resorts di alta gamma, con vista mozzafiato sui vigneti. Dalle Alpi fino alla Sicilia, i wine lovers ricevono adesso un'accoglienza su misura, che va dalla mera degustazione di vini al banco, a pic nic di lusso in vigna, cene ed eventi con chef stellati, degustazioni di vecchie annate e tante altre esperienze diverse e personalizzate.

25 anni sono un periodo molto lungo, quali strategie hai adottato per sviluppare e mantenere un percorso di successo per Fufluns?

Penso che il sapere sia un elemento distintivo e irrinunciabile. Ho da sempre investito tempo ed energie nel consolidare, perfezionare ed estendere le mie competenze e la mia esperienza nel settore del vino, dei territori vinicoli, dell'ospitalità e del turismo. Ho viaggiato molto in tutta Italia, per approfondire la conoscenza dei territori, incontrare produttori e interagire con gli chef, gli artigiani e le comunità locali. Mi sono immerso completamente nel mondo del vino ed ancora oggi mi impegno costantemente per perfezionare la mia preparazione e tenermi aggiornato sull'evoluzione di un settore poliedrico, competitivo ed esigente. I miei ospiti, la mia squadra e i miei colleghi si aspettano e meritano i più elevati standard di lavoro e di servizio, risposte e consigli circostanziati e dettagliati. Non sarebbe possibile farlo senza un continuo aggiornamento professionale.

A questo va aggiunto un ulteriore elemento non meno rilevante: relazioni personali con i produttori di vino costruite nel tempo e basate sulla fiducia, sull'onestà e sulla professionalità, confluite spesso in durature amicizie.

Dalla nascita di Fufluns fino ad oggi hai potuto osservare anche cambiamenti nelle esigenze e nelle abitudini dei clienti?

Ho iniziato a bordo della mia Alfa Romeo, guidando pionieristiche famiglie tedesche ed olandesi in tour giornalieri lungo la Toscana. Per ogni tour chiedevo 35.000 Lire a persona. Per tre ore di visita guidata non era certo un importo che consentiva grandi guadagni e, per di più, non riuscivo a far crescere una clientela realmente fidelizzata sulla cultura del vino. Sono stati anni duri, impegnativi, forse non “ricchi” dal punto di vista economico, ma fondamentali per radicare la mia conoscenza del settore. In quel periodo è cresciuta la mia conoscenza del vino, ho avviato relazioni sia con famosi produttori, che con piccole cantine più, ed ho iniziato a costruire una rete di relazioni che comprendeva scrittori e scuole di vino. Piano piano la mia clientela è iniziata a crescere ed evolvere, anche grazie ad una diffusa rete di contatti. Nel tempo si è trasformata da chi voleva semplicemente conoscere la Toscana a chi vuole vivere un’esperienza personalizzata, progettata appositamente per esperti ed appassionati di vino. Oggi coordino un team di 10 persone molto preparate, che si occupano di guidare, durante tutto l’anno, collezionisti privati, appassionati, donatori in aste di vino, gruppi di professionisti di settore e wine clubs internazionali. Un posizionamento di nicchia che, seguendo l’evoluzione e le esigenze della clientela, rende Fufluns Wine Tours distintiva sul mercato, offrendo agli ospiti una facilità di accesso mirato alle regioni vinicole italiane, con un impegno assoluto mirato all'eccellenza e alla soddisfazione del cliente.

Puoi dirci qualcosa sulla tua squadra e sul come garantisce l'esperienza Fufluns?

Per parlare del team di Fufluns mi piace riprendere il concetto di relazione: costruire relazioni significative è al centro di ciò che faccio (preferisco dire che facciamo), sia personalmente che professionalmente. Puntando sui rapporti personali ho selezionato, nel tempo, un gruppo di professionisti capaci di gestire la clientela con la qualità tipica del made in Italy. Due persone si occupano di progettazione e pianificazione dei piani di viaggio. Sul campo dieci guide esperte di vino, tutte certificate WSET o con diploma di Sommelier, accompagnano i clienti nelle varie esperienze.

Ho la fortuna di guidare un team di professionisti, amici e collaboratori di lunga data. Il nostro legame è la fiducia e la passione per quello che facciamo con impegno e competenza. L'obiettivo è creare rapporti privilegiati e genuini tra i nostri ospiti e la cultura locale, le persone e le cantine. Solo vivendo esperienze autentiche chi viaggia può immergersi nello stile di vita italiano, andando oltre la semplice degustazione di vini per connettersi intimamente con il ricco patrimonio culturale del nostro Paese. Se riusciamo in questo sforzo, i nostri clienti torneranno senza dubbio, per continuare ad esplorare l'Italia con noi.

Come descriveresti l'esperienza di viaggio Fufluns?

Viaggiare con Fufluns non è come fare una semplice vacanza. Lavoriamo ogni giorno per offrire un'esperienza indimenticabile che consenta ai nostri ospiti di immergersi profondamente nel cuore e nell'anima delle regioni vinicole italiane. Ci consideriamo ambasciatori della cultura del vino italiano, impegnati per svelare i tesori più nascosti della penisola. Il nostro approccio si basa su una pianificazione curata nel minimo dettaglio e su una personalizzazione in grado di cogliere gli interessi e le preferenze, uniche, dei nostri ospiti. Crediamo nel potere della conoscenza locale per creare esperienze che vadano oltre i normali percorsi turistici. Il nostro obiettivo è permettere ai nostri ospiti di sentirsi veri insider, esperti e appassionati dell'Italia, consentendo un contatto profondo, intimo, con la terra, le persone e il vino. Il tutto mantenendo standard di qualità fra i più elevati del mercato.

Nel tuo curriculum vanti anche esperienze di scrittura. Come autore, quale approccio adotti per descrivere ai tuoi lettori l'essenza dell'Italia e dei suoi vini?

Ho sempre cercato di avvicinare il lettore al ricco panorama vinicolo nazionale. Dal 2007 collaboro con alcuni magazine e riviste internazionali, tra i quali il sito di Liz Palmer e The Beauty of the Wine in Canada, Wine Channel in Cina, Vinum in Croazia e Decanter, Corriere Vinicolo. Ho anche un blog personale, Tales Behind the Wine, incentrato alla scoperta delle wine destinations. Il mio approccio è introdurre il lettore alla scoperta dell'unicità: condividere conoscenze ed esperienze uniche ed esclusive per facilitare la comprensione e l'apprezzamento del vino italiano e dei viaggi nel mondo vinicolo nel suo complesso. Cerco di catturare la passione e l'essenza dei vari territori, mettendo in mostra la loro diversità e ricchezza. Il mio obiettivo è invitare il mondo a scoprire e apprezzare il fascino della cultura vinicola italiana: dell'esplorazione dei territori fino alla scoperta delle storie nascoste dietro i loro vini.

25 anni sono un traguardo importante. Hai in mente qualche festeggiamento particolare?

Se penso a quando e come sono partito, trovo straordinario poter festeggiare oggi 25 anni nel settore del vino. Un traguardo da onorare in modo adeguato, anche offrendo ai clienti ed al mio pubblico alcune novità.

La prima è una nuova veste del sito di Fufluns – www.fufluns.com – aggiornato con una vasta gamma di nuovi itinerari enogastronomici di lusso, personalizzati e completi. Oltre al sito sarà rinnovata la mia pagina personale – www.filippomagnani.it – dedicata al racconto della mia visione, delle collaborazioni, delle esperienze e dei traguardi raggiunti in 25 anni di professione.

Lancerò poi un nuovo logo che accompagnerà una newsletter trimestrale, in inglese “A Journey Through Italian Wines”, dedicata ad approfondimenti sulle destinazioni vinicole italiane. La newsletter ospiterà interviste esclusive, dettagliate note di degustazione e estratti selezionati dal mio blog personale. L'obiettivo è dare un contributo per arricchire ulteriormente la comprensione e l'apprezzamento della cultura del vino italiano tra gli appassionati e i professionisti di tutto il mondo.

E poi ci sono i viaggi, il tratto distintivo di Fufluns. Per tutto il 2024 guiderò personalmente tours per club del vino e collezionisti privati. Esperienze di viaggio esclusive, dedicate a partners di lunga data e clienti abituali: un tributo speciale al nostro percorso per condividere la bellezza e la ricchezza delle regioni vinicole e dei produttori italiani con coloro che ci hanno sostenuto nel corso degli anni.

Un momento speciale sarà anche la partecipazione all'asta benefica nell'ambito dell'evento The Golden Vines Awards il prossimo Ottobre a Madrid. Per l'occasione ho creato un lotto "Vip Experience: alla scoperta dei vini di iconici Bolgheri", che sarà battuto all'asta, in cui accompagnerò personalmente sei appassionati donatori, in visita alle tenute storiche del territorio. Il ricavato verrà devoluto alla Fondazione Gérard Basset che ringrazio per avermi dato l'opportunità di prestare il mio piccolo contributo. (www.liquidicons.com/work/golden-vines-awards)