

AgentoWine, l'AI che utilizza solo contenuti e dati approvati dalla cantina. Francesco Gaspari: "AgentoWine non nasce per sostituire il tempo umano, ma per liberarlo"

scritto da Emanuele Fiorio | 6 Ottobre 2026



Come trasformare l'accoglienza digitale in un alleato strategico per la cantina? Francesco Gaspari illustra la genesi di AgentoWine, l'assistente conversazionale basato su intelligenza artificiale progettato su misura per il settore vitivinicolo. Un'innovazione pensata per gestire le richieste

degli enoturisti in tempo reale, intercettare il pubblico internazionale e liberare risorse preziose da dedicare alle esperienze in presenza.

Nel panorama dell'enoturismo moderno, la vera innovazione digitale compie un salto di qualità quando smette di essere un freddo automatismo e diventa un reale strumento di orientamento ed empatia. È da questa intuizione che nasce [AgentoWine](#), l'assistente conversazionale **sviluppato dal fondatore Francesco Gaspari**. A differenza dei tradizionali chatbot generici, il valore d'innovazione del progetto risiede nella sua **profonda specializzazione verticale per il settore vitivinicolo**: non fornisce risposte aride, ma impara a raccontare la storia, i vini e il territorio **adottando il tono di voce e l'identità specifica della singola cantina**.

Costruito su un principio di rigorosa affidabilità – attraverso un'architettura che attinge solo a contenuti aziendali verificati ed evita qualsiasi “allucinazione” o risposta inventata –, **AgentoWine offre una presenza multilingue attiva 24 ore su 24**. Questo permette di intercettare quella vasta fascia di utenti, soprattutto internazionali, che naviga fuori dagli orari d'ufficio e che altrimenti rischierebbe di perdersi.

Trasformando le conversazioni in utili dati di mercato per la cantina, il sistema risolve una delle criticità più sentite dai produttori: la carenza strutturale di tempo. Alleggerendo il personale dalle richieste ripetitive, la tecnologia fa pervenire in azienda un visitatore già consapevole e orientato. Il tutto all'interno di un preciso confine etico ben delineato da Gaspari: **l'intelligenza artificiale accompagna l'ospite solo fino alla soglia della cantina**; quando la porta si apre, l'assistente si fa da parte per lasciare l'intero spazio all'accoglienza, al calice e alla relazione umana.

Quali sono gli aspetti più innovativi e le peculiarità che differenziano il sistema chatbot di AgentoWine rispetto ad un comune chatbot che possiamo trovare in un qualunque sito aziendale, anche di settori differenti rispetto al vino?

AgentoWine è stato progettato specificamente per il mondo del vino da chi conosce e vive questo settore dall'interno. La differenza principale rispetto a un chatbot generico è quindi la sua **forte specializzazione**. Non risponde solo a domande – se un visitatore chiede di un vino, l'assistente ne racconta la storia, il territorio, l'abbinamento, con la stessa voce e la stessa narrazione che userebbe la cantina.

Abbiamo prestato particolare attenzione affinché l'enoturista non lo percepisca come uno strumento freddo, distante o eccessivamente digitale. **Ogni elemento può essere personalizzato**: palette cromatica, tono di voce, animazioni, grafiche e modalità di interazione. In questo modo, **l'assistente diventa parte integrante dell'identità della cantina** e accompagna il visitatore all'interno di una vera e propria esperienza enoturistica.

Mi interessa concentrarmi sull'evoluzione da cui è nata l'idea di AgentoWine. Ci sono stati uno o più episodi concreti, magari legati a cantine specifiche, che le hanno fatto capire che mancava davvero qualcosa?

L'idea è nata durante il Master in Vini Italiani e Mercati Mondiali che ho frequentato a Pisa. Molti miei compagni di corso lavoravano già nell'hospitality, e confrontandomi con

loro e con diversi produttori **sentivo sempre la stessa storia: il personale non riusciva a seguire tutto.**

Il momento in cui ho capito che il problema era tangibile e reale, però, è stato durante una degustazione in una cantina piemontese, nel dicembre 2024. A un certo punto si presenta una coppia: giorni prima avevano scritto una mail per prenotare l'acquisto di una bottiglia di Barolo dell'annata in corso, da regalare per la nascita di un bambino. In Piemonte infatti è tradizione comprare il vino dell'anno di nascita di un neonato. Non avendo ricevuto risposta alla email, si erano presentati di persona. Peccato che quell'annata fosse stata vendemmiata da pochi mesi: la bottiglia che cercavano non esisteva ancora.

Nessuno aveva sbagliato apposta – quella mail era finita in una casella già piena, tra mille altre priorità da seguire. Ma in quel momento ho capito che il problema non era la cantina, era la struttura: **sarebbe bastato un filtro base** – anche solo “questa annata non è ancora disponibile” – **per evitare a quella coppia un viaggio a vuoto e alla cantina un cliente giustamente molto deluso.**

Avendo già lavorato nel digitale e con l'intelligenza artificiale, ho pensato di unire quell'esperienza a un problema che vedevo ripetersi cantina dopo cantina. **AgentoWine nasce da lì: non per sostituire quel tempo umano, ma per liberarlo.**

Castello di Albola rappresenta il vostro caso studio di punta. Cosa è cambiato, in numeri o in percezione, dal prima al dopo l'adozione di AgentoWine?

Castello di Albola è stata la prima cantina a fidarsi di AgentoWine – è stato anche il caso studio su cui ho sviluppato la mia tesi e mi ha aiutato a capire davvero cosa serve a una

cantina e cosa andava migliorato nel prodotto. Il cambiamento che abbiamo osservato lì è lo stesso che vediamo oggi, in modo ancora più netto, su tutte le cantine che usano AgentoWine.

Il dato più significativo riguarda la possibilità di gestire un numero molto più alto di richieste e, allo stesso tempo, raccogliere informazioni utili sugli interessi di chi visita il sito.

Su tutte le cantine clienti, **quasi il 40% delle conversazioni avviene fuori dall'orario di apertura** – di notte, nei weekend, nelle ore in cui in cantina semplicemente non c'è nessuno a rispondere. Prima dell'assistente, quella domanda si sarebbe persa o il visitatore avrebbe semplicemente chiuso il sito senza lasciare traccia.

AgentoWine permette infatti di intercettare anche quelli che potremmo definire “visitatori silenziosi”: persone che, in assenza dell'assistente, probabilmente avrebbero navigato sul sito senza porre domande o lasciare indicazioni sui propri interessi.

Comprendere chi visita il sito, quali informazioni cerca e quali esperienze desidera è fondamentale. Senza questi dati, è molto più difficile capire a chi ci si sta rivolgendo, quali contenuti comunicare e come migliorare la proposta enoturistica. **Il valore non consiste quindi soltanto nella gestione automatizzata delle richieste, ma anche nella possibilità di trasformare le interazioni digitali in informazioni utili per la strategia della cantina.**

In un settore molto legato alla tradizione e all'artigianalità come il vino, immagino che in alcune occasioni abbiate incontrato resistenza culturale

all'idea di un'intelligenza artificiale come primo punto di contatto. Come l'avete affrontata?

In alcuni casi abbiamo effettivamente incontrato una certa resistenza, soprattutto quando la proprietà della cantina ha un approccio molto tradizionale ed è poco incline a valutare nuovi strumenti digitali. In queste situazioni non è sempre semplice modificare la percezione dell'intelligenza artificiale.

Il modo più efficace che abbiamo trovato non è spiegare a parole, ma mostrarglielo, facendo provare l'assistente direttamente sul loro sito: nessuna informazione presa da Internet, nessuna invenzione, pieno controllo su cosa l'assistente può dire e cosa no. Quando lo vedono con i propri occhi, capiscono che non è una scatola nera, e la diffidenza cala molto in fretta.

Al di là della prova pratica, cerchiamo comunque di chiarire che AgentoWine non vuole sostituire le persone né rendere impersonale il rapporto con il visitatore. Al contrario, serve a gestire le richieste iniziali, fornire informazioni immediate e **lasciare al personale della cantina più tempo da dedicare alle attività in cui il contatto umano è realmente insostituibile.**

Fortunatamente, con il progressivo ingresso delle nuove generazioni nella gestione delle aziende vitivinicole, stiamo riscontrando quasi ovunque una maggiore apertura e disponibilità ad ascoltare e sperimentare nuove idee.

Menzionate la possibilità di tracciare preferenze e storico delle conversazioni

come dato qualitativo. Finora voi e le cantine che usano AgentoWine avete scoperto qualcosa che non vi aspettavate di trovare nei dati?

Sì. Una delle evidenze che ha sorpreso maggiormente alcune cantine è stata la presenza di un numero significativo di visitatori stranieri sui loro siti web, molti dei quali iniziano a informarsi e a pianificare la propria esperienza con diversi mesi di anticipo.

Le domande rivolte all'assistente hanno permesso anche di individuare esigenze e interessi che non erano stati considerati in precedenza. In alcuni casi, le interazioni degli utenti hanno rappresentato dei veri e propri suggerimenti per modificare i pacchetti enoturistici esistenti o progettare nuove esperienze.

È un aspetto che mi sorprende ancora oggi: il chatbot nasce come strumento di assistenza, ma spesso diventa anche un **modo per capire cosa il mercato sta davvero chiedendo**, prima ancora che qualcuno lo dica esplicitamente alla cantina.

Come garantite che l'assistente non dia mai informazioni sbagliate su temi delicati come prezzi, disponibilità reale o allergeni, dove un errore ha conseguenze concrete sulla fiducia del cliente?

Il primo principio è che l'assistente non deve inventare informazioni. **AgentoWine non cerca autonomamente risposte generiche su Internet, ma utilizza esclusivamente i contenuti e i dati forniti e approvati dalla cantina** – è la stessa logica che mostriamo alle cantine più scettiche durante la

prova pratica sul loro sito, di cui parlavo prima.

Quando non dispone di informazioni sufficienti per rispondere con sicurezza, non formula una risposta ipotetica, ma indirizza la richiesta alla cantina. All'interno del pannello di gestione viene inoltre segnalato che l'assistente non possiede ancora una conoscenza adeguata su quello specifico argomento.

In questo modo, la cantina può integrare o aggiornare i contenuti mancanti e rendere progressivamente l'assistente più completo e affidabile. Per informazioni particolarmente sensibili o soggette a variazioni, come disponibilità e prezzi, è inoltre fondamentale mantenere i dati costantemente aggiornati o rimandare ai sistemi ufficiali di prenotazione.

Dite che l'assistente “parla con la voce della cantina”. Concretamente, come si costruisce quella voce insieme a una piccola cantina familiare che magari non ha mai formalizzato un tono di comunicazione (tone of voice)?

Mettiamo a disposizione diversi stili di risposta, tra i quali ogni cantina può individuare quello che sente più vicino alla propria identità. Il nostro lavoro consiste anche nell'aiutarla a trasformare il suo modo naturale di raccontarsi in un tono di voce coerente e riconoscibile.

Anche nella fase di inserimento dei contenuti **è possibile scegliere quali aspetti valorizzare maggiormente**. Alcune cantine preferiscono concentrarsi sullo storytelling, sulla storia familiare, sul legame con l'arte o con il territorio; altre danno più spazio ai vitigni, alle parcelle, alle scelte tecniche in vigna – è il loro modo naturale di parlare del vino, e l'assistente lo rispecchia.

La voce dell'assistente viene quindi costruita insieme alla cantina, partendo dal suo modo di comunicare, dai suoi valori e dal tipo di esperienza che vuole offrire ai visitatori.

Il pubblico enoturistico è sempre più internazionale. Ci sono lingue o culture di visitatori che pongono sfide particolari – domande culturalmente diverse, aspettative diverse. Come gestite questa eterogeneità?

La sfida linguistica è uno dei fattori che AgentoWine risolve parlando nativamente italiano, inglese, tedesco, francese e spagnolo. E dai dati che raccogliamo **emergono differenze interessanti tra le nazionalità** – non solo linguistiche, ma proprio nel modo di approcciarsi alla cantina.

Il visitatore tedesco tende a chiedere con precisione orari, tempi di percorrenza, disponibilità di parcheggio, dettagli tecnici sui vini. Il visitatore anglofono fa domande più aperte, spesso legate a un viaggio in Toscana o in Umbria in cui la cantina è una tappa fra altre, e ha bisogno di essere aiutato a scegliere l'esperienza più adatta.

Sono proprio questi pattern a guidarci: **più lingue riusciamo a coprire, più riusciamo a profilare con precisione** le richieste e la provenienza dei visitatori. Per questo stiamo lavorando all'aggiunta di nuove lingue.

Lavorare con un Consorzio è molto diverso rispetto ad una singola cantina privata. Cosa cambia nell'approccio quando il cliente è un'istituzione collettiva?

Il lavoro con i Consorzi è differente rispetto a quello svolto

per una singola cantina. Un Consorzio si pone spesso come ambasciatore di un territorio, di una denominazione e dell'insieme delle aziende che ne fanno parte.

Con il Consorzio del Morellino di Scansano, per esempio, **abbiamo costruito l'assistente come punto di accesso a un'intera denominazione:** racconta il territorio, risponde in più lingue a un pubblico spesso internazionale e soprattutto orienta il visitatore tra le diverse cantine associate invece di promuoverne una sola. È un lavoro molto diverso da quello che facciamo con una singola azienda.

Cambiano quindi sia gli obiettivi sia il tipo di informazioni da inserire: non si tratta più di raccontare una realtà produttiva specifica, ma di rappresentare in modo equilibrato un intero territorio e le sue aziende, con un tono più istituzionale e una struttura pensata per valorizzare le singole cantine senza perdere la visione d'insieme.

Tra 3-5 anni, cosa vorrebbe che AgentoWine facesse che oggi non è ancora in grado di realizzare? C'è un limite che non intende mai superare, anche se tecnicamente possibile?

A tre-cinque anni la direzione è quella di rendere AgentoWine sempre più efficace come sistema di customer service per l'enoturismo, allargandolo ai canali che oggi restano scoperti.

La conversazione oggi vive sul sito della cantina, ma la richiesta arriva da ogni parte – email, WhatsApp, Instagram – e viene gestita in modo frammentato. **Il passo successivo è portare la stessa coerenza di risposta su tutti questi canali,** sempre con supervisione della cantina e con la possibilità di prendere in mano la conversazione quando serve.

C'è invece un limite che non voglio superare, anche se mi è stato chiesto da varie realtà. Alcune cantine ci hanno chiesto di installare un totem con l'assistente AI nelle sale di degustazione, per accompagnare chi entra a bere un calice e vuole approfondire. Capisco l'esigenza, ma su quello ho una posizione chiara: **quando il visitatore è in cantina, la relazione deve essere umana**. È lì che si costruisce il legame con il brand, ed è la parte del lavoro che il personale della cantina fa meglio di qualunque tecnologia.

AgentoWine si occupa del momento prima – quando la relazione non è ancora possibile perché il visitatore è ancora davanti a uno schermo, spesso lontano, spesso con dubbi che nessuno può risolvere alle tre di notte. Ma **quando la porta della cantina si apre, il nostro lavoro finisce**. Da lì in poi tocca alle persone, ed è giusto che sia così.

The image displays a promotional graphic for AgentoWine, featuring a website layout on the left and a chat interface on the right.

Website Section:

- Tagline: **L'AI che accoglie i visitatori della tua cantina**
- Text: "AgentoWine risponde automaticamente alle domande dei visitatori, aumenta le prenotazioni e riduce email e telefonate ripetitive. Semplice da integrare. Progettato per l'enoturismo moderno."
- Buttons: "Prenota una call gratuita" (with calendar icon) and "Provalo subito" (with arrow icon).
- Footer: "Call gratuita • 30 minuti • Nessun impegno" and "Preferisci scriverci? Lascia un messaggio".

Chat Interface Section (Cantina Miravigna):

- Header: "Assistente Cantina Miravigna" with a close button.
- Message 1 (AI): "Ciao! 🍷 Sono il tuo assistente virtuale. Come posso aiutarti oggi?"
- Time: 10:42
- Message 2 (User): "Vorrei sapere se c'è la possibilità di fare una degustazione in cantina"
- Time: 10:42
- Message 3 (AI): "Certor! 🍷 Organizziamo degustazioni in cantina dal martedì alla domenica, con visita guidata e assaggio di tre nostri vini. Vuoi che ti indichi le prossime date disponibili?"
- Time: 10:43
- Input field: "Scrivi un messaggio..." with a send button.
- Footer: "Powered by AgentoWine"

A wine glass icon is visible in the bottom right corner of the graphic.

Punti Chiave:

1. **Specializzazione verticale per il vino:** AgentoWine non è un chatbot generico, ma un sistema istruito sul linguaggio enologico e integrato con l'identità visiva e narrativa di ciascuna azienda.
2. **Risposte 24/7 e copertura multilingue:** L'assistente gestisce il 40% delle conversazioni che avvengono fuori dagli orari d'apertura, dialogando nativamente in cinque lingue con i visitatori internazionali.
3. **Affidabilità e controllo dei dati:** Il software attinge solo alle informazioni approved e fornite dalla cantina, azzerando il rischio di risposte inventate su prezzi o allergeni.
4. **Analisi strategica delle richieste:** Le interazioni con gli utenti trasformano le domande dei navigatori in dati qualitativi utilissimi per profilare il pubblico e migliorare l'offerta enoturistica.
5. **Valorizzazione della relazione umana:** La tecnologia accompagna l'ospite nella fase preliminare sul sito web, lasciando che l'esperienza dal vivo e in sala degustazione rimanga al 100% in mano al personale.