AgentoWine: l’intelligenza artificiale alla portata delle piccole cantine

scritto da Emanuele Fiorio | 16 Novembre 2026



L’intelligenza artificiale non è più una tecnologia riservata alle grandi aziende vitivinicole. Con AgentoWine anche le piccole cantine possono automatizzare le richieste dei visitatori, gestire le prenotazioni, dialogare con il pubblico internazionale e recuperare tempo prezioso. Una soluzione che punta a rendere l’enoturismo più efficiente, senza richiedere investimenti ingenti o competenze informatiche specifiche.

Quando si parla di intelligenza artificiale applicata al vino, il pensiero corre spesso ai grandi gruppi, alle aziende strutturate e agli investimenti tecnologici importanti. Eppure, alcune delle applicazioni più interessanti potrebbero **riguardare proprio le piccole cantine**, dove il tempo è una

risorsa preziosa e spesso insufficiente. **Per una piccola realtà o un'azienda familiare, infatti, gestire le richieste dei visitatori significa sottrarre ore al lavoro in vigna, in cantina o all'accoglienza degli ospiti già presenti.**

È da questa esigenza che nasce **AgentoWine**, **l'assistente conversazionale sviluppato e progettato specificamente per il settore vitivinicolo.** Integrato nel sito aziendale, accompagna il potenziale visitatore nella ricerca di informazioni su vini, degustazioni, visite, servizi e attività, rispondendo in tempo reale, anche la sera, nei weekend e in cinque lingue: italiano, inglese, tedesco, francese e spagnolo.
Le sue funzionalità possono arrivare fino alla gestione delle prenotazioni: quando è integrato con il sistema di booking della cantina, AgentoWine può effettuare direttamente la prenotazione in autonomia. Negli altri casi, consulta il calendario aziendale e mostra al visitatore gli orari effettivamente disponibili, facilitando comunque la scelta del momento della visita.

L'idea di fondo è semplice: spesso il problema di una piccola cantina non è la mancanza di esperienze da proporre, ma la difficoltà di renderle immediatamente accessibili a chi sta decidendo se visitarla. Orari, disponibilità, accessibilità, caratteristiche delle degustazioni e informazioni pratiche possono sembrare dettagli, ma una risposta che arriva troppo tardi rischia di interrompere il percorso del potenziale ospite.

Un altro elemento rilevante riguarda l'impegno richiesto all'azienda. **Non servono competenze informatiche specifiche né interventi di restyling del sito.** Il processo prevede quattro passaggi: raccolta delle informazioni aziendali, costruzione di una base informativa dedicata, integrazione nel sito esistente e revisione delle risposte sulla base delle conversazioni reali. Alla cantina spetta fornire e validare i contenuti; AgentoWine si occupa della loro organizzazione e dell'attivazione dell'assistente.

Il ritorno dell’investimento passa dal tempo recuperato

Il ritorno dell’investimento (ROI) dipende soprattutto da quante richieste ripetitive vengono gestite automaticamente, dal tempo che il personale può recuperare e dalle opportunità commerciali che altrimenti rischierebbero di andare perse.

Un dato significativo arriva dalle cantine che utilizzano già il servizio: **quasi il 40% delle conversazioni avviene fuori dall’orario di apertura**. Per una piccola azienda vitivinicola significa poter rispondere a un potenziale visitatore anche mentre si è impegnati in altre attività, senza dover controllare continuamente email e messaggi.

Un caso concreto, relativo ad agosto 2026, riguarda una cantina che ha registrato 109 conversazioni: il 55% in lingue diverse dall’italiano e circa il 50% fuori dall’orario lavorativo. Un esempio che mostra quanto il pubblico internazionale e la disponibilità di informazioni immediate siano importanti anche per aziende che non dispongono di un ufficio dedicato all’enoturismo.

Non si tratta soltanto di risparmiare tempo. Una domanda sulle caratteristiche di una degustazione o sulla disponibilità di una visita può rappresentare il primo passo verso una prenotazione e, successivamente, un acquisto. **Rispondere tempestivamente significa evitare che il potenziale ospite abbandoni il percorso** prima ancora di entrare in contatto con la cantina.

Inseguire la tecnologia? No, scegliere quella capace di produrre un vantaggio concreto

C’è poi un beneficio meno immediato, ma potenzialmente strategico: **le conversazioni diventano una fonte di**

informazioni sulle esigenze del pubblico. Le domande ricorrenti permettono di capire quali esperienze interessano maggiormente, quali informazioni risultano difficili da trovare e quali aspetti dell'offerta meritano di essere approfonditi.

A questo si aggiunge un meccanismo pensato per evitare uno dei rischi più delicati degli assistenti basati sull'intelligenza artificiale: fornire informazioni non verificate. **Quando AgentoWine non dispone di una risposta nella propria base informativa, non inventa il dato, ma indirizza il visitatore verso i contatti della cantina**, come telefono o email, e apre una segnalazione all'azienda indicando l'informazione mancante. Una volta integrato e validato il contenuto, l'assistente può utilizzarlo per rispondere alle successive richieste. In questo modo, **anche le domande inizialmente senza risposta diventano un'occasione per arricchire progressivamente le informazioni disponibili e migliorare il servizio.**

Per una piccola cantina, significa poter **individuare nuove esigenze e migliorare i propri pacchetti enoturistici partendo da esigenze e domande reali**, anziché affidarsi soltanto a intuizioni.

L'ingresso di AgentoWine nel network Wine Tourism Hub, fondato da Divinea e Wine Meridian, si inserisce in un percorso di sviluppo che coinvolge cantine in diverse regioni italiane. La questione, tuttavia, non è stabilire se ogni produttore debba necessariamente adottare l'intelligenza artificiale. È capire quanto tempo perde oggi nella gestione delle attività ripetitive e quante opportunità rischia di non intercettare.

Per le cantine italiane la sfida non è inseguire la tecnologia, ma scegliere quella capace di produrre un vantaggio concreto e misurabile. Un investimento sostenibile è quello proporzionato alle dimensioni aziendali, che risolve un problema reale e restituisce tempo alle persone.

Nell’enoturismo, l’intelligenza artificiale può preparare l’incontro, facilitare la scelta e migliorare l’organizzazione. Ma il valore dell’esperienza continua a nascere davanti a un calice, attraverso il racconto e l’ospitalità di chi quel vino lo produce.

Punti chiave:

1. **Assistenza continua:** AgentoWine risponde alle richieste dei visitatori 24 ore su 24, anche nei weekend e fuori dall’orario di apertura.
2. **Cinque lingue disponibili:** dialoga con i potenziali ospiti in italiano, inglese, tedesco, francese e spagnolo.
3. **Prenotazioni semplificate:** può prenotare autonomamente se integrato con il sistema di booking della cantina oppure mostrare gli orari disponibili consultando il calendario.
4. **Nessuna risposta inventata:** quando manca un’informazione, indirizza il visitatore ai contatti aziendali e segnala alla cantina il contenuto da integrare.
5. **Più efficienza e conoscenza del pubblico:** automatizza le richieste ricorrenti e trasforma le conversazioni in informazioni utili per migliorare l’offerta enoturistica.