

Atmosfera, terroir e formazione: il triangolo del successo di Borgo Conventi

scritto da Emanuele Fiorio | 18 Novembre 2025



L'enoturismo a Borgo Conventi si rinnova con l'arrivo della famiglia Moretti Polegato. Un'intervista esclusiva a Paolo Corso, enologo e responsabile dell'azienda, svela la visione strategica che ha trasformato la cantina in una meta d'eccellenza. Scopri come passione, innovazione e un'accoglienza unica tra vino, arte e territorio siano il segreto del successo.

In un panorama vinicolo friulano già ricco di eccellenze, l'intervista a Paolo Corso, enologo e responsabile di [Borgo Conventi](#) rivela il meticoloso lavoro dietro la loro ascesa come punto di riferimento nell'enoturismo. L'arrivo della famiglia Moretti Polegato nel 2019 ha segnato non una semplice

evoluzione, ma una **trasformazione strategica, passando a una visione più strutturata e globale**. Questo cambiamento si è concretizzato in investimenti mirati, come la creazione della nuova “Bottega del Vino” e del maestoso viale d’ingresso, simboli di una nuova era che unisce l’eleganza all’accoglienza.

La chiave del successo, tuttavia, non risiede solo nelle infrastrutture. L’intervista svela una profonda filosofia aziendale che pone la passione al centro di tutto. **Il personale è il cuore pulsante dell’accoglienza**, formato non solo sulla competenza tecnica, ma sulla condivisione di un’identità aziendale. Lo scambio continuo di conoscenze con Villa Sandi e la cura nel creare una squadra che si senta parte della famiglia Borgo Conventi dimostrano come il **fattore umano sia considerato l’ingrediente segreto per un’esperienza indimenticabile**.

L’approccio di Borgo Conventi si distingue per la capacità di integrare elementi innovativi e apparentemente non convenzionali, come la **“Palestra in vigna” e l’osservatorio astronomico**, che superano il concetto di semplice attrazione per diventare **ponti con la comunità locale e strumenti di narrazione del brand**. Questi progetti generano un valore immateriale inestimabile: creano un legame emotivo con il territorio e comunicano un’immagine di azienda attenta, dinamica e profondamente radicata.

Infine, l’intervista mette in luce la maestria con cui Borgo Conventi gestisce e comunica le specificità dei suoi due prestigiosi terroir, **Collio e Isonzo**. L’uso della **degustazione comparativa** non è solo una tecnica di marketing, ma un’esperienza educativa che invita l’ospite a un dialogo sensoriale, rendendolo parte attiva della scoperta. In un momento di boom turistico in Friuli, la cantina si posiziona in modo proattivo, studiando i flussi di mercato e rafforzando le collaborazioni con le realtà locali per consolidare la propria identità, che si distingue per **un’atmosfera unica di**

pace ed equilibrio, quasi fuori dal tempo.

Dal 2019, con l'arrivo della famiglia Moretti Polegato, Borgo Conventi ha visto un ulteriore impulso verso l'enoturismo. Quali sono stati i primi, concreti passi che avete compiuto per tradurre la loro visione, già consolidata con Villa Sandi, nella specifica realtà friulana di Borgo Conventi, e quali sfide avete incontrato nel farlo?

Borgo Conventi era già proiettata verso l'enoturismo, anche se a livelli nettamente inferiori rispetto ad oggi. Eravamo una piccola realtà, ma la precedente gestione puntava già molto sulla presentazione dell'azienda e sull'immagine. Avevamo quindi un'idea chiara delle potenzialità dell'enoturismo, che considero uno dei pilastri fondamentali per la valorizzazione non solo di una singola azienda, ma di un intero territorio. L'arrivo di [Villa Sandi](#) ha impresso una visione più globale e professionale. La loro esperienza ha permesso di strutturare meglio la nostra accoglienza, passando da un approccio quasi "artigianale" a uno più organizzato.

Concretamente, i primi passi sono stati significativi: abbiamo creato la nuova **"Bottega del Vino"**, un vero e proprio negozio che prima non esisteva, sostituendo uno spazio ricavato e di fortuna. Un altro intervento iconico è stato il **nuovo viale d'ingresso alberato**, voluto personalmente da Giancarlo Moretti Polegato, Presidente di Villa Sandi, che ha trasformato l'arrivo in cantina in un'esperienza maestosa. Abbiamo anche **ringiovanito l'immagine generale, investendo in comunicazione e promozione su vari canali**, dai social alla stampa locale e di settore. Non è stato un percorso difficile, ma sicuramente impegnativo, un cambiamento positivo che ci ha spinti a

elevare i nostri standard.

Per un'accoglienza di successo non basta una "bella location", ma serve una strategia precisa e risorse umane dedicate. Può descriverci la vostra filosofia di accoglienza? Come formate la vostra squadra per garantire che ogni visitatore viva un'esperienza appassionante?

La chiave è la passione. La prima cosa che cerchiamo nelle persone, fin dal primo colloquio, è la voglia di fare, lo spirito di sacrificio e il desiderio di entrare a far parte di un gruppo in cui tutti credono in ciò che fanno. Su questa base **costruiamo la competenza attraverso la formazione**. Organizziamo corsi, partecipiamo a eventi. Inoltre, **abbiamo una stretta collaborazione con Villa Sandi: c'è uno scambio costante**. È questo mix di passione, formazione continua e piena condivisione della filosofia aziendale che ci permette di garantire uno standard di accoglienza elevato e autentico.

L'iniziativa "Palestra in vigna" è un concetto innovativo che unisce benessere e viticoltura. Come si inserisce questo progetto nella vostra strategia di accoglienza? Che tipo di visitatore attira e come riuscite a creare un ponte tra l'esperienza fisica del percorso e la successiva degustazione dei vostri vini?

"Palestra in Vigna" è un servizio che offriamo alla comunità locale. Ogni giorno vediamo persone del posto che vengono qui

appositamente per allenarsi. Abbiamo anche organizzato eventi con personal trainer locali, aprendo gratuitamente il percorso al pubblico, con la possibilità di concludere con una degustazione. L'obiettivo è **arricchire l'immagine dell'azienda e far parlare di noi in un modo diverso**. Funziona come una pubblicità indiretta, un risvolto quasi sociale: siamo un'azienda che mette a disposizione un'area fitness per il territorio. **Questo contribuisce a creare un legame e, alla lunga, rafforza il nostro brand.**

La sostenibilità, con la certificazione “Biodiversity Friend” e SQNPI, è un pilastro della vostra produzione. In che modo questo valore viene comunicato attivamente agli ospiti durante le visite?

Attualmente, il nostro impegno per la sostenibilità viene **veicolato principalmente durante il contatto diretto con gli ospiti**, nelle visite guidate e nelle degustazioni. Spieghiamo il valore di queste certificazioni e le colleghiamo ad altre azioni concrete che portiamo avanti, come l'installazione di pannelli solari che coprono buona parte del nostro fabbisogno energetico o l'ammodernamento degli impianti per una maggiore efficienza. È un aspetto che valorizziamo molto nel racconto che facciamo a chi ci viene a trovare.

Borgo Conventi gestisce vigneti in due DOC molto prestigiose ma diverse: Collio e Isonzo. Come strutturate le esperienze di visita e degustazione per far comprendere all'enoturista le peculiarità

e le differenze di questi due terroir e come riuscite a valorizzarli entrambi nella vostra offerta?

Abbiamo due DOC, due terroir e due filosofie produttive distinte, e facciamo di tutto per raccontarle. Organizziamo percorsi degustativi specifici per la linea Isonzo, spiegando come i suoi terreni diano vini più freschi, leggeri e di facile comprensione, ideali per un aperitivo. Allo stesso modo, abbiamo degustazioni dedicate al Collio, dove illustriamo come la “ponca” conferisca ai vini maggiore complessità, sapidità e struttura, rendendoli perfetti vini da pasto. **L'esperienza più efficace è la [degustazione comparativa](#):** facciamo assaggiare lo stesso vitigno nelle due versioni, Collio e Isonzo, per far toccare con mano le differenze. Oggi il consumatore è molto più attento e preparato. Si crea un dialogo, quasi un gioco, in cui l'ospite, guidato da noi, impara a riconoscere le sfumature e apprezza la ricchezza che questi due territori sanno esprimere. È un approccio che viene molto apprezzato.

L'osservatorio astronomico è un elemento estremamente suggestivo e unico. In che modo integrate questa particolarità nella vostra offerta enoturistica?

L'osservatorio astronomico è un altro elemento che arricchisce la nostra offerta in modo unico. L'enoturista curioso o appassionato di astronomia può abbinare la classica visita con degustazione a un **approfondimento con il personale dell'osservatorio, che può includere l'uso del planetario.** Rappresentano un'offerta distintiva che unisce vino e cielo in un modo davvero suggestivo.

In un territorio ricco di cantine eccellenti come il Friuli, qual è l'elemento distintivo, l'ingrediente segreto, che secondo lei rende l'esperienza a Borgo Conventi veramente indimenticabile rispetto ad altre?

Ogni cantina di qui in zona ha la sua peculiarità e offre esperienze eccellenti. L'elemento che però distingue Borgo Conventi, e che mi viene costantemente confermato da chi ci visita da ogni parte del mondo, è un fascino particolare, quasi inspiegabile. Quando si entra nel nostro cortile, si respira un'aria diversa. Si entra in un **piccolo mondo dove regnano relax, cura del dettaglio e la ricerca della perfezione**. L'architettura, che riprende i dettami dei casali storici, ti porta quasi indietro nel tempo, in un'altra dimensione. È la sensazione di ordine, di pace, il giardino perfetto, ogni cosa al suo posto. **È questo insieme, questa atmosfera, che rende l'esperienza qui unica e affascinante.**

Guardando al futuro, quali sono i prossimi obiettivi per lo sviluppo dell'accoglienza e dell'enoturismo a Borgo Conventi? State pensando a nuove esperienze, a collaborazioni con altre realtà del territorio o a specifici mercati turistici su cui puntare?

Il Friuli sta vivendo un boom turistico importante e noi stiamo studiando l'evoluzione del mercato per capire dove si dirigerà il turista e cosa cercherà. Il nostro obiettivo è consolidare l'offerta attuale, che è già ricca, e capire quali delle nuove proposte, come la vendemmia didattica, avranno più successo. **Stiamo rafforzando le collaborazioni con le**

strutture ricettive del territorio, dagli hotel di Grado e Trieste agli agriturismi, per proporre Borgo Conventi come meta per una gita di mezza giornata. **Stiamo anche esplorando sinergie con guide naturalistiche e soprattutto con il mondo del cicloturismo**, un settore in fortissima crescita grazie a percorsi come l'Alpe Adria. Non si tratta di cercare un mercato specifico, ma di intercettare i nuovi flussi, studiando le loro esigenze per essere pronti a offrire l'esperienza giusta al momento giusto.

Punti Chiave:

1. **L'evoluzione strategica:** L'arrivo di Villa Sandi ha trasformato l'approccio di Borgo Conventi all'enoturismo, passando da un modello "artigianale" a una visione più **globale e professionale**.
2. **La passione al centro dell'accoglienza:** La filosofia aziendale si basa sulla **passione del team**, formato attraverso un continuo scambio di esperienze e conoscenze con Villa Sandi.
3. **Innovazione e legame con il territorio:** Progetti come la **"Palestra in vigna"** e l'osservatorio astronomico non sono solo attrazioni, ma strumenti per creare un legame profondo con la comunità locale e narrare il brand in modo unico.
4. **Valore dei terroir:** Le degustazioni comparative sono la chiave per far comprendere le **peculiarità uniche** dei vini prodotti nei due prestigiosi terroir di Collio e Isonzo.
5. **Un'atmosfera indimenticabile:** L'elemento distintivo di Borgo Conventi è l'**atmosfera di pace e ordine** che pervade l'intera tenuta, rendendo l'esperienza di ogni visitatore davvero unica.

