

# “Affinamente”: il vino come grammatica delle relazioni

scritto da Emanuele Fiorio | 21 Aprile 2026



*“Affinamente” non è solo eventi, ma una rivoluzione narrativa che trasforma le cantine in piazze culturali. Ideato da Elena Lenardon, il format supera i tecnicismi del vino per mettere al centro le relazioni umane. Attraverso il dialogo con talent come Stefania Andreoli, Pablo Trincia e La Pina, il calice diventa un linguaggio universale per raccontare il contemporaneo, abbattere il muro dell'autoreferenzialità e restituire al calice la sua funzione primaria: quella di ponte tra le persone.*

Esiste un momento, nel mondo del vino, in cui il tecnicismo smette di informare e inizia a isolare. È in questa frattura tra l'eccellenza del prodotto e la distanza del linguaggio che si inserisce la visione di **Elena Lenardon**. Con il suo format **“Affinamente”**, la consulente marketing non si limita a

proporre una serie di eventi in cantina, ma inaugura un vero e proprio **cambio di paradigma**: trattare il vino non come l'oggetto finale di una lezione frontale, ma come un **linguaggio vivo** capace di ospitare riflessioni sulla psicologia, l'attualità e l'identità umana.

Il concetto di "affinamento" esce così dai tini d'acciaio e dalle botti di rovere per farsi metafora di un **processo interiore che riguarda il tempo, l'ascolto e la qualità delle relazioni**. Attraverso il coinvolgimento di figure trasversali – a partire dal debutto con la psicoterapeuta **Stefania Andreoli** – Lenardon trasforma il "genius loci" delle **aziende vitivinicole in una piazza culturale**.

La forza narrativa del format si espanderà attraverso le tappe successive grazie alla partecipazione di altre voci di primo piano del panorama culturale e mediatico: **Pablo Trincia**, giornalista e storyteller capace di restituire centralità alle storie umane più profonde, e **La Pina**, storica voce della radio italiana riconosciuta per la sua sensibilità e il suo stile autentico nel raccontare la società contemporanea. La sfida è ambiziosa: abbattere il muro dell'autoreferenzialità per **restituire al calice la sua funzione primaria: quella di ponte**, mai di confine, tra le persone.

**"Affinamente" nasce dalla sua visione di consulente marketing. Qual è stata la scintilla specifica che le ha fatto capire che il mondo del vino avesse bisogno di un approccio differente e di un format così peculiare?**

Affinamente nasce dall'osservazione di un cambiamento molto chiaro: il mondo del vino continua a essere raccontato in modo eccellente dal punto di vista tecnico, ma spesso fatica a dialogare con un pubblico più ampio e contemporaneo.

La scintilla è stata proprio questa: **capire che mancava uno spazio in cui il vino potesse diventare un linguaggio, non solo un prodotto.** Un contesto in cui le persone potessero avvicinarsi al vino attraverso storie, idee e relazioni, e non solo attraverso parametri tecnici. Da qui l'idea di creare un format che mettesse al centro il dialogo, trasformando la **cantina in un luogo di incontro culturale.**

**Il nome del format gioca sul concetto di "affinamento". In che modo l'identità narrativa del progetto riesce a valorizzare i territori in cui approda?**

Il concetto di "affinamento" per me non riguarda solo il vino, ma è una metafora più ampia che include le persone, le relazioni e i pensieri. È un processo che richiede tempo, ascolto e contesto.

L'identità narrativa di Affinamente si costruisce proprio su questo: ogni territorio non viene semplicemente "raccontato", ma fatto emergere attraverso le storie che lo attraversano. La cantina diventa un punto di partenza, una chiave di accesso, ma ciò che accade è un **dialogo tra il luogo, le persone e i contenuti che portiamo.**

In questo modo **il territorio non è mai uno sfondo**, ma un elemento attivo dell'esperienza. Le caratteristiche del paesaggio, la cultura locale, l'identità dell'azienda ospitante entrano nel racconto e lo rendono ogni volta diverso.

Affinamente mantiene una coerenza di linguaggio e di visione, ma lascia spazio a ogni luogo di esprimersi. È proprio questo **equilibrio tra identità riconoscibile e apertura al contesto** che permette di valorizzare davvero i territori in cui approda.

## **Perché ha scelto proprio Stefania Andreoli per il debutto a La Collina dei Ciliegi? Quale affinità vede tra il suo approccio e l'anima di "Affinamente"?**

Stefania Andreoli rappresenta perfettamente lo spirito di Affinamente. Il suo lavoro è profondamente legato all'ascolto, alla capacità di leggere il presente e di dare voce alle persone e alle loro emozioni. **Riesce a parlare a pubblici diversi con profondità**, ma allo stesso tempo con grande chiarezza e accessibilità.

Questa capacità di creare connessione è esattamente ciò che cerchiamo nel format: **non solo contenuto, ma relazione**. C'è anche una dimensione più personale: i suoi libri mi hanno accompagnata e ispirata nel tempo. Coinvolgerla è stato quindi un modo per unire due piani – quello professionale e quello più intimo – dando ancora più senso a questo progetto.

## **Il suo format si rivolge anche a chi non frequenta abitualmente le cantine o gli eventi di settore. Come si costruisce un ponte verso questo "nuovo pubblico" senza tradire l'eccellenza del prodotto?**

Il punto non è semplificare il vino, ma cambiare il linguaggio con cui lo raccontiamo. **L'eccellenza non si perde se si sposta il focus dal tecnicismo all'esperienza**. Anzi, spesso viene valorizzata di più, perché diventa comprensibile e condivisibile anche da chi non ha competenze specifiche. Affinamente costruisce questo ponte creando un contesto accogliente, in cui il vino è parte di un'esperienza più ampia e accessibile.

**Ha selezionato ospiti che spaziano dalla psicologia al giornalismo d'inchiesta fino alla radiofonia e al podcasting. Qual è il "fil rouge" che lega talenti così apparentemente distanti in un'esperienza eno-culturale?**

Il filo conduttore non è il settore di appartenenza, ma la **capacità di raccontare il presente e le persone**. Che si tratti di psicologia, giornalismo o radio, ciò che conta è la qualità dello sguardo e la capacità di generare riflessione e connessione.

Questa contaminazione è fondamentale: **permette al vino di uscire dai suoi confini tradizionali e dialogare con il mondo contemporaneo**. Inoltre, i diversi profili dei talents intercetteranno un pubblico più ampio. Non è un caso che la scelta del talent la faccio con l'azienda perché sia coerente al suo posizionamento e soprattutto perché Affinamente possa essere un momento per allargare l'audience.

**Il progetto è "itinerante e replicabile". Quali sono i requisiti che una cantina deve avere per essere coerente con il concept di "Affinamente"?**

La cantina deve essere aperta all'idea di raccontarsi in modo diverso, di mettere al centro le persone e la relazione. Deve esserci **coerenza tra valori, identità ed esperienza proposta**.

Affinamente funziona quando il luogo non è solo un contenitore, ma parte attiva del racconto. Dal punto di vista organizzativo è sufficiente avere gli **spazi per accogliere un pubblico di circa 60\80 persone**. Il resto lo faccio io con il mio team, portando un evento organizzato a 360 gradi.

**Spesso la comunicazione del vino è confinata a tecnicismi autoreferenziali. Qual è la sfida più grande nel convincere i produttori a “mettere al centro le persone” anziché solo la bottiglia e il bicchiere?**

**La sfida più grande è superare l'autoreferenzialità. Molte aziende hanno contenuti straordinari, ma li raccontano con un linguaggio che parla soprattutto agli addetti ai lavori. Spostare il focus sulle persone significa cambiare prospettiva: non “cosa voglio dire”, ma “come posso creare una connessione”.**

**È un passaggio culturale prima ancora che comunicativo. Per questo ho pensato ad un format che sia replicabile e che non abbia radici – perché è adatto a tutte le regioni, situazioni, aziende e perché no, consorzi o realtà che vogliono stimolare linguaggi e format nuovi.**

**I “Talent Talks” sono il cuore del format. Come ha studiato l'equilibrio tra il momento dell'ascolto e quello della degustazione per non rendere l'uno il pretesto dell'altro?**

**L'equilibrio è stato progettato fin dall'inizio come elemento centrale del format. Il talk non è un pretesto per la degustazione, e la degustazione non è un contorno. Sono due momenti complementari che costruiscono insieme l'esperienza. L'obiettivo è offrire un tempo di qualità, in cui ascolto ed esperienza convivono senza sovrapporsi.**

**Affinamente vuole creare una “community”. Quali sono i valori e gli interessi che, secondo lei, possono unire le persone interessate a partecipare alle tappe di “Affinamente”?**

Una community curiosa, aperta, attenta. Persone che vedono il **vino come occasione di incontro, di scambio, di riflessione**. Non necessariamente esperti, ma interessati a vivere esperienze autentiche. Il valore sta proprio nella condivisione: creare uno spazio in cui le persone possano riconoscersi. E offrire le occasioni per condividere questi piaceri.

**Il debutto con Stefania Andreoli sarà a Grezzana, in provincia di Verona. Quanto conta il “genius loci” in un progetto che vuole essere universale ma radicato nella terra?**

Conta moltissimo. Affinamente ha un linguaggio universale, ma si nutre dei luoghi in cui si realizza. **Ogni cantina, ogni territorio aggiunge un livello di significato diverso**. Il “genius loci” non è un elemento accessorio, ma parte integrante dell’esperienza: è ciò che rende ogni tappa unica pur all’interno di un format riconoscibile.

# affina mente

IL GUSTO DI UNA BELLA STORIA

PRIMA TAPPA

PROSSIME TAPPE

Una serie di  
eventi in location  
ricercate, pensati  
per *rallentare e  
riflettere* in un  
mondo sempre  
più veloce.

Stefania  
Andreoli

La Collina dei Ciliegi  
Domenica 29 Marzo  
9:00 – 13:00

La  
Pina

Pablo  
Trincia

## Punti chiave:

1. **Affinamente** è un format itinerante che utilizza il vino come **chiave di accesso** per raccontare storie, idee e saperi profondi.
2. L'obiettivo principale è superare l'autoreferenzialità tecnica per creare una **connessione autentica** e intima tra il prodotto e il pubblico.
3. Il progetto coinvolge talenti di rilievo nazionale come **Stefania Andreoli, La Pina e Pablo Trincia** per intercettare un'audience trasversale e curiosa.
4. Ogni appuntamento valorizza il **territorio ospitante**, rendendo la cantina parte attiva dell'esperienza e non un semplice sfondo.
5. Il format è **scalabile e replicabile**, progettato per adattarsi a diverse regioni e realtà mantenendo un'identità narrativa coerente e riconoscibile.

