“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.



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.