

Paola Cielo: vino come “strumento di condivisione”, per un’ecceellenza etica e accessibile

scritto da Emanuele Fiorio | 12 Maggio 2026



Paola Cielo, Responsabile Comunicazione, P.R. ed Eventi di Cielo e Terra, racconta una visione del vino che supera i tecnicismi per farsi strumento di inclusione e trasparenza. Dall'impegno come B Corp al restauro conservativo di Villa da Porto "La Favorita", l'azienda vicentina punta sul contatto umano e sulla sostenibilità reale per abbattere le barriere tra generazioni e culture, trasformando ogni bottiglia in un valore condiviso.

Nel panorama vitivinicolo contemporaneo, dove il racconto del prodotto rischia spesso di scivolare in tecnicismi per addetti

ai lavori o in una narrazione puramente estetica, l'approccio di **Paola Cielo** si distingue per una disarmante concretezza umana. Responsabile Comunicazione, P.R. ed Eventi di [Cielo e Terra](#), Paola delinea una visione aziendale in cui il vino smette di essere un bene d'élite per trasformarsi in un **vettore di inclusione**.

Dalla scelta di operare come **B Corp e Società Benefit** alla scommessa architettonica e culturale di **Villa da Porto "La Favorita"**, l'intervista rivela una strategia che mette al centro la "tridimensionalità" dell'incontro. Non si tratta solo di vendere etichette, ma di costruire una comunità attorno a valori solidi: la **trasparenza** del bilancio di sostenibilità, l'educazione dei giovani consumatori e la riscoperta del **legame fisico con il territorio**. In queste risposte emerge il ritratto di un'azienda che non teme il futuro, ma lo affronta con la saggezza di chi sa che un rapporto umano vale più di mille call virtuali.

Utilizzerete Villa da Porto "La Favorita" sia per i clienti buyer che per i consumatori, aprirete le porte a tutti?

Assolutamente sì. Abbiamo già testato l'accoglienza con l'iniziativa "Ville Aperte": nonostante la villa fosse chiusa da tempo, sono arrivate **400 persone**, un numero inaspettato che ci ha quasi colti impreparati. Ora, dopo due anni di meticolosi restauri che hanno riportato alla luce splendidi affreschi, la curiosità è tantissima. La villa avrà una **doppia valenza**: ospiterà i nostri uffici commerciali all'ultimo piano, integrando la vita aziendale quotidiana con l'**enoturismo** e gli eventi culturali. Sarà un luogo vivo, aperto a chiunque voglia conoscerci.

Per quanto riguarda l'organizzazione di

fiere ed eventi, lei ha visto dei cambiamenti sostanziali negli ultimi anni? Le fiere continuano a rappresentare per voi un momento rilevante oppure no?

Sì, le fiere restano fondamentali proprio per quel **contatto umano** di cui parlavo. Sedersi a tavola insieme permette di instaurare un rapporto che il digitale non potrà mai replicare. Dal punto di vista commerciale sono momenti nevralgici: a Wine Paris e a Vinitaly i nostri team sono costantemente impegnati. La fiera è il luogo dove **“respiri” l’atmosfera del mercato**, ne percepisci i segnali positivi o negativi e, soprattutto, incontri nuovi potenziali partner in un contesto dinamico.

La brand identity di un’azienda B Corp deve trasmettere fiducia. In che modo la comunicazione visiva e il packaging dei vostri vini riflettono questo patto con il consumatore?

La nostra parola chiave è **trasparenza**. La comunichiamo direttamente in retro-etichetta tramite un **QR code** che rimanda alla sezione sostenibilità del nostro sito, dove è consultabile il **bilancio di sostenibilità**. Organizziamo eventi come la **“Green Week”**, che per anni ha coinvolto studenti da tutto il mondo, diventando un volano formidabile per trasmettere i nostri valori. Essere una **Società Benefit** significa aver modificato lo statuto per garantire il benessere delle persone e dell’ambiente: non è solo marketing, è un **impegno statutario** che offre una garanzia concreta di serietà e trasparenza a chi sceglie i nostri vini.

Vi siete impegnati in ambito enoturistico con l'investimento nella Villa da Porto "La Favorita", dal suo punto di vista nel vostro territorio c'è la volontà di collaborare tra le diverse realtà vitivinicole oppure rileva una certa frammentazione, tipica del tessuto produttivo italiano?

Sinceramente, per noi questo è un progetto ancora molto giovane e ci stiamo approcciando proprio ora. Conosco diverse realtà limitrofe e sono in ottimi rapporti con proprietari di realtà vicine, ma spesso si tratta di strutture focalizzate esclusivamente su eventi e matrimoni. Per quanto riguarda una collaborazione strutturata sull'**enoturismo**, non ho ancora una visione chiara: è un dialogo che dobbiamo ancora aprire con i nostri colleghi del territorio.

Punti chiave:

1. **Inclusione e condivisione** come pilastri per rendere il vino un bene accessibile e non solo un prodotto d'élite per esperti.
2. Il restauro di **Villa da Porto "La Favorita"** che diventerà un hub strategico per l'enoturismo, eventi culturali e uffici commerciali.
3. L'importanza del **contatto umano nelle fiere** di settore per percepire i segnali del mercato e costruire partnership solide.
4. La **certificazione B Corp** e il bilancio di sostenibilità che garantiscono trasparenza totale attraverso strumenti digitali come i QR code.

5. La volontà di superare la **frammentazione territoriale** attraverso un dialogo aperto con le altre realtà vitivinicole locali.