La tua cantina è presente in almeno una Online Travel Agency (OTA)? Perché dovrebbe e come

scritto da Lavinia Furlani | 28 Settembre 2026

Essere presenti su una OTA come GetYourGuide, Winedering o TripAdvisor amplia la visibilità di una cantina verso pubblici internazionali, ma richiede disciplina. L'articolo spiega perché l'allineamento dei prezzi tra sito proprio e piattaforme protegge la credibilità aziendale, e come testi e fotografie distintivi permettano di emergere tra i concorrenti presenti sullo stesso portale.

Allargando lo sguardo oltre i canali principali delle aziende enoturistiche, come sito web e social media, accompagno spesso i manager nel complesso territorio delle **Online Travel Agency**

(OTA) come GetYourGuide, Winedering o TripAdvisor. Utilizzare questi aggregatori risulta strategico per intercettare bacini di utenza irraggiungibili per la singola realtà, richiedendo però una grande disciplina e attenzione.

L’errore strategico più grave che riscontro è la disparità delle tariffe. Proporre un’esperienza a un prezzo inferiore sul proprio sito rispetto a quello pubblicato sulle OTA distrugge la credibilità aziendale e confonde il consumatore finale. I clienti oggi confrontano costantemente le piattaforme: notare incoerenze tariffarie genera profonda diffidenza. Cedere una percentuale di commissione a un intermediario va fatto con intelligenza, mantenendo il listino al pubblico identico ovunque.

Le OTA richiedono inoltre una **cura specifica dei testi**. Quello che scrivete sul vostro sito, dove siete gli unici protagonisti, risulta debole su un portale dove **l’utente visualizza dieci cantine vicine a voi nella stessa pagina**. Sulle piattaforme di intermediazione, le fotografie e le descrizioni devono essere precise e distintive, evidenziando immediatamente l’elemento di unicità della vostra proposta. Se i concorrenti offrono “tre calici e tagliere”, dovete trovare il modo di raccontare il vostro tagliere e i vostri calici affinché diventino l’unica scelta logica per chi legge.

L’allineamento dei canali esterni costituisce una delle verifiche fondamentali che svolgiamo insieme alle cantine con cui lavoriamo. Questo passaggio ci permette di riallineare i processi di contatto, costruendo un’identità autorevole e solida ben prima della degustazione in presenza.

Vuoi aumentare la tua visibilità sulle piattaforme turistiche e conoscere tour operator?

Wine Meridian insieme a Winedering offrono servizi di

visibilità per le aziende enoturistiche. Scrivici a redazione@winemeridian.com

---

Punti chiave

1. **Allineare i prezzi su sito e OTA protegge la credibilità aziendale** ed evita la diffidenza dei clienti.
2. **Curare testi e foto distintivi permette di emergere tra i concorrenti presenti** sullo stesso portale.
3. **Le OTA ampliano la visibilità verso pubblici internazionali** altrimenti irraggiungibili per la singola cantina.
4. **La coerenza tariffaria tra i canali rafforza la fiducia del consumatore nel brand aziendale**.
5. **Un’identità autorevole online prepara il terreno prima della degustazione** in presenza.