

Da cantina a destinazione turistica: come collaborare con i tour operator per crescere nell'enoturismo

scritto da Lavinia Furlani | 5 Maggio 2025



Le cantine italiane stanno puntando sempre più sull'enoturismo, ma spesso si trovano impreparate per attrarre un pubblico internazionale. Per avere successo, è fondamentale strutturare esperienze su misura, offrire tariffe chiare e costruire relazioni solide con i tour operator. L'articolo esplora i canali principali per entrare nel circuito turistico, come fiere e piattaforme B2B, e l'importanza di collaborazioni strategiche tra aziende e territorio.

Sempre più cantine stanno guardando con interesse al turismo del vino, ma spesso si trovano disorientate quando si tratta

di proporre le proprie esperienze a un pubblico internazionale. Il motivo? Mancanza di struttura, chiarezza e visione. I tour operator, per poter inserire una cantina nei propri pacchetti, cercano offerte tematiche ben costruite, prenotabili online, con tariffe trasparenti e una gestione efficiente delle relazioni.

Non si tratta solo di “accogliere” ma di **diventare parte di un sistema turistico professionale**, dove ogni dettaglio – dalla risposta a una mail alla gestione delle commissioni B2B – può fare la differenza tra un’opportunità persa e una collaborazione vincente.

Pacchetti su misura, tariffe chiare, relazioni solide

La chiave è iniziare a **strutturare esperienze su misura** per target differenti: dagli enoturisti in cerca di esclusività, ai gruppi curiosi di esplorare il territorio in bici, fino ai wine lover desiderosi di vivere esperienze autentiche in vigna. A tutto questo va aggiunta una **comunicazione chiara**, listini aggiornati e commissioni definite in modo trasparente.

Il rapporto con i tour operator si costruisce anche con la **costanza nelle risposte**, la flessibilità operativa e – soprattutto – una buona dose di empatia. Ricordiamoci che chi lavora nel turismo ha bisogno di certezze, non di sorprese.

Dove si incontrano i tour operator?

Sì, esistono ancora i contatti diretti via email, ma per costruire collaborazioni vere serve guardarsi negli occhi. Le **fiere di settore**, i **fam trip** (viaggi di familiarizzazione) e le **piattaforme digitali B2B** sono i tre canali principali per entrare davvero nel circuito del turismo organizzato.

Un esempio? **Wine Tour Bridge**, il primo B2B digitale italiano dedicato all’enoturismo, nato dalla collaborazione tra Wine

Meridian e Winedering. Una piattaforma che mette in contatto diretto cantine e operatori internazionali, senza bisogno di spostamenti fisici, offrendo concrete opportunità di business.

E ancora, il progetto **Consorzio Wine Experience** di Wine Meridian, pensato per accompagnare i consorzi del vino italiani in un percorso strategico di promozione turistica, basato su selezione mirata di buyer, accoglienza personalizzata in cantina e follow-up mirato. Un esempio concreto di come creare sinergie tra aziende e territorio.

Collaborare per contare di più

Una cantina da sola può essere interessante. Una cantina inserita in un **ecosistema territoriale strutturato**, invece, diventa una tappa irrinunciabile. Costruire relazioni con ristoranti, hotel, artigiani, guide locali significa **aumentare la qualità percepita dell'esperienza e semplificare il lavoro dei tour operator**, che cercano proposte integrate e pronte all'uso.

L'enoturismo non è solo degustazione. È racconto, accoglienza, emozione. È diventare ambasciatori del proprio territorio attraverso un linguaggio comprensibile a chi organizza viaggi per mestiere.

FINE #WineTourism Marketplace: la fiera n.1 dell'enoturismo arriva in Italia

E se stai cercando il momento giusto per iniziare a costruire queste relazioni, eccolo qui.

Il **28 e 29 ottobre 2025**, a **Riva del Garda**, arriva per la prima volta in Italia il **FINE #WineTourism Marketplace**, la fiera internazionale dell'enoturismo più importante d'Europa.

Wine Meridian è partner dell'evento, e offre la possibilità alle cantine italiane di partecipare come espositori,

incontrando direttamente buyer internazionali altamente profilati, tour operator e professionisti del turismo del vino. Sarà l'occasione perfetta per presentare la tua offerta partecipanti a B2B e momenti di networking strutturati.

Per info e iscrizioni: redazione@winemeridian.com

Punti chiave

1. **Offerta enoturistica chiara, strutturata e prenotabile** è fondamentale per attrarre tour operator.
2. **Relazioni solide, empatia e costanza** sono la chiave per collaborazioni durature.
3. **I canali ideali sono fiere, fam trip e piattaforme digitali B2B.**
4. **Un'offerta integrata con territorio, ristorazione e ospitalità** aumenta il valore percepito.
5. **FINE WineTourism Marketplace** sarà il punto d'incontro cruciale il 28-29 ottobre 2025.