

Stai ancora facendo solo degustazioni “serie” nella tua cantina? Forse è il momento di evolversi

scritto da Lavinia Furlani | 16 Febbraio 2026



Le cantine devono evolvere dall'approccio educativo tradizionale verso esperienze più coinvolgenti e ludiche. I visitatori, spesso alla quinta degustazione della giornata, cercano divertimento più che lezioni sul vino. La gamification, attraverso quiz interattivi, cacce al tesoro e giochi immersivi, sta trasformando l'enoturismo creando connessioni emotive autentiche con i brand vinicoli.

Pochi giorni fa, durante una conversazione con un cliente, mi sono imbattuta in una riflessione che credo sia la chiave di svolta per molte aziende. Mi raccontava che i tour operator

gli portano regolarmente gruppi di turisti in cantina, ma che ciò porta con sé un problema: la sua spesso è la terza, quarta, quinta cantina della giornata. I visitatori arrivano stanchi, annoiati, saturi di informazioni. E cosa succede? Spesso se ne vanno senza acquistare nemmeno una bottiglia.

Dobbiamo fare i conti con una realtà scomoda: le cantine devono abbandonare, almeno ogni tanto, il ruolo di educatori che si sono autoassegnate.

Capire quando il momento è quello giusto per insegnare e quando invece serve altro è fondamentale. Una cosa può tranquillamente coesistere con l'altra, ma bisogna essere pronti a riconoscere che a volte, spesso, oserei dire, il cliente ha semplicemente voglia di divertirsi.

Sempre più cantine stanno finalmente mettendosi in gioco. Stanno uscendo dal solito stereotipo del vino serio, austero, quasi intimidatorio. Stanno scoprendo che far passare al cliente un momento piacevole, leggero, memorabile è la chiave migliore per creare una connessione emotiva autentica con il brand.

Un esempio concreto. Nel nostro gruppo di lavoro Wine Tourism Hub abbiamo recentemente accolto **Rewine** come partner. Si tratta di un software che le cantine possono utilizzare attraverso tablet per proporre ai visitatori, mentre degustano, il "Gioco del Sommelier", un quiz divertente dove ciascuno può mettere alla prova le proprie abilità di degustatore. Il dato più significativo? Le persone che hanno utilizzato questo strumento lo menzionano spontaneamente nelle recensioni, perché è diventato parte integrante della loro esperienza.

Cosa aspettiamo a metterci nei panni di chi vuole vivere il vino con leggerezza? C'è in tutti noi un lato bambino, soprattutto quando siamo in giro con gli amici nel tempo libero, lontani dalle responsabilità quotidiane.

Lasciate che vi racconti alcuni esempi, meno comuni ma geniali, di approcci che stanno emergendo:

La gamification identitaria

Alcune cantine stanno creando giochi che collegano direttamente l'identità del brand all'esperienza del visitatore. Penso a esperienze dove gli ospiti devono riconoscere elementi visivi o simbolici legati alla storia aziendale, magari attraverso oggetti da identificare o dettagli da scoprire in cantina.

La gamification “immersiva”

Qui il visitatore diventa protagonista attivo dell'esplorazione. Cacce al tesoro tra i filari, indizi nascosti negli ambienti produttivi, piccole missioni che spingono a muoversi fisicamente nello spazio della cantina o del vigneto.

La Gamification “Architettonica”

Ci sono esempi di cantine che utilizzano gli spazi produttivi come veri e propri elementi di gioco. Le barricate diventano scenografie per sfide e indovinelli, le bottiglie accatastate si trasformano in enigmi da risolvere. L'ambiente fisico smette di essere solo uno sfondo e diventa il cuore dell'interazione.

Il denominatore comune di tutti questi esempi? La consapevolezza che il vino può essere serio nella sua qualità, ma l'esperienza attorno a esso può essere leggera, coinvolgente, divertente.

Il mondo cambia, i turisti cambiano. È ora che anche noi cambiamo il modo in cui li accogliamo.

Punti chiave

1. **Visitatori stanchi e saturi:** i turisti alla terza-quinta cantina cercano divertimento, non lezioni sul vino.
2. **Gamification come soluzione:** strumenti come quiz interattivi aumentano engagement e vengono menzionati spontaneamente nelle recensioni.
3. **Tre approcci ludici emergenti:** gamification identitaria, immersiva e architettonica trasformano spazi produttivi in esperienze memorabili.
4. **Equilibrio tra qualità e leggerezza:** il vino resta serio nella qualità, l'esperienza diventa coinvolgente e divertente.