

Federico Laurie: “Il vino si vende quando le persone si sentono a casa”

scritto da Veronica Zin | 9 Marzo 2026



Federico Laurie, Hospitality Manager di Tinazzi, ha vinto il premio Acclamato al Best Wine Hospitality Manager 2026 grazie alla sua capacità di creare relazioni autentiche con gli ospiti. In questa intervista racconta il suo percorso, la filosofia dell'accoglienza empatica e il valore delle recensioni come strumento di miglioramento continuo.

C'è chi costruisce l'eccellenza dell'accoglienza attraverso la tecnica, e chi invece la costruisce attraverso le persone. Federico Laurie, Hospitality Manager di Tinazzi, appartiene alla seconda categoria. Vincitore del premio **Acclamato** nella seconda edizione del concorso **Best Wine Hospitality Manager** – riconoscimento assegnato al professionista che ha ottenuto il

maggior numero di recensioni positive verificate online – Laurie ha conquistato la giuria grazie alla sua capacità autentica di entrare in relazione con le persone.

Il premio è stato consegnato il 4 febbraio a Riva del Garda, nell'ambito della 50^a edizione della fiera Hospitality – Il Salone dell'Accoglienza, dove Wine Meridian e Wine Tourism Hub hanno celebrato per la seconda volta le figure professionali che rendono memorabile l'enoturismo italiano. Otto categorie, otto storie diverse.

Quella di Federico Laurie è una storia che parte da lontano, e che arriva al vino quasi per caso.

Raccontaci il tuo background professionale e il tuo percorso nell'hospitality. Qual è il tuo ruolo attuale?

Sono arrivato nel mondo del vino quasi “casualmente”.

Ho iniziato il mio percorso in ambito commerciale e, dopo qualche anno, ho intrapreso l'attività di hospitality manager. Conoscevo bene Tinazzi e, fin dall'inizio, non ho avuto problemi a confrontarmi con il pubblico.

A dimostrazione di ciò, riporto una frase che una volta mi ha detto un mio carissimo amico: “sei un *manager della relazione umana*”.

Come costruisci il rapporto con l'ospite durante la degustazione?

Innanzitutto, cerco di mettere il cliente a proprio agio, cercando di percepire sin dai primi minuti della sua permanenza che tipo di esperienza vorrebbe. Premetto sempre che non sono un tecnico: do, ovviamente, informazioni su come

si produce il vino, ma durante la degustazione cerco sempre di immedesimarmi nelle persone che ho di fronte. Li coinvolgo anche in discorsi che esulano il mondo del vino, al fine di creare un'atmosfera goliardica e simpatica.

Come riesci a mantenere costanti nel tempo gli standard di eccellenza necessari per ottenere un volume così elevato di feedback positivi?

Amo il mio lavoro e cerco di farlo al meglio, trasmettendo sempre il massimo in termini di serenità e rilassatezza.

Per questo, cerco ogni giorno di cogliere dai miei ospiti ogni dettaglio, in modo che ogni incontro possa aiutarmi a essere sempre più presente, empatico e sintonizzato su chi ho di fronte.

Ho bisogno del contatto e del confronto umano, elementi che, sono convinto, mi arricchiscono di volta in volta.

In che modo utilizzi i dati e le recensioni dei visitatori per monitorare e affinare la qualità del servizio offerto in cantina?

Le recensioni, sia positive che negative, sono per me uno strumento prezioso.

Accolgo con attenzione particolare le critiche perché **rappresentano un'indicazione concreta degli elementi su cui c'è il maggiore margine di miglioramento per il servizio che offriamo.**

Punti chiave

- 1. Il premio Acclamato al Best Wine Hospitality Manager 2026 è stato vinto da Federico Laurie di Tinazzi.**
- 2. Mettere l'ospite a proprio agio fin dai primi minuti è il principio cardine del suo approccio.**
- 3. L'empatia e il contatto umano sono per Laurie elementi imprescindibili di ogni degustazione.**
- 4. Le recensioni negative vengono accolte come indicatori concreti di miglioramento del servizio.**
- 5. Il vino si vende quando le persone si sentono davvero a casa.**