Mirco Capellini: le due vite tra mondo digital e l’enoturismo nelle Cinque Terre

scritto da Redazione Wine Meridian | 1 Aprile 2025



Mirco Capellini, vincitore della categoria “Creativo” al Best Wine Hospitality Manager, ha unito competenze digitali e passione per le Cinque Terre per creare un’esperienza enoturistica unica. Con il progetto “Agrivino”, ha rivoluzionato l’accoglienza in cantina puntando su identità, semplicità e innovazione. In questa intervista racconta visione, sfide e consigli per il futuro del settore.

Mirco Capellini, classe 1985, è un talento atipico dell’enoturismo italiano. Con una laurea in Comunicazione e Marketing e un passato (che ancora continua) da Instructional

Designer, ha unito le sue competenze digitali alla passione per il territorio delle Cinque Terre, dando vita con la moglie Laura a un progetto enoturistico originale e coinvolgente nella cantina di famiglia Capellini.

Oggi, nella piccola cantina di famiglia, cura le visite in vigna, la comunicazione e l'innovazione tecnologica, portando un nuovo linguaggio nell'accoglienza in cantina. Lo abbiamo intervistato per conoscere la visione che lo ha portato a distinguersi nella categoria "*Creativo*" del premio Best Wine Hospitality Manager.

Raccontaci un po' di te: come sei arrivato a lavorare nell'hospitality e qual è il tuo ruolo attuale?

Sono nato nel 1985 a Parma. Fin da piccolissimo ho diviso la mia vita tra Parma e Volastra dove settimanalmente andavo a trovare i nonni. Ho passato bellissime estati a Volastra, simili a quelle descritte nel film "Luca" della Pixar, che è appunto ambientato alle Cinque Terre. Mi ricordo molto bene tante attività e aneddoti legati al vino e alle vendemmie dalla mia infanzia. Fin da piccino, dentro di me, immaginavo che prima o poi avrei portato avanti questa attività, anche se non sapevo né il come né il quando date le complicate problematiche legate al territorio, come le sue dimensioni e il terreno impervio. Ma una parte di me era più attratta da altro. Infatti, dopo la laurea in marketing ho iniziato a lavorare nel settore dell'e-learning (lavoro che svolgo ancora oggi).

Nel 2020 sono entrato nella piccola azienda vitivinicola di famiglia con Laura, mia moglie, dove oggi sviluppiamo idee per tutte le attività legate all'enoturismo e al marketing. Insieme, abbiamo costruito il nostro progetto enoturistico "Agrivino" che tutt'oggi è il nostro segno distintivo. Ad oggi in azienda il mio ruolo è ancora "misto": mi divido ancora tra

il mio storico lavoro di Instructional designer e la cantina, dove sono impegnato nella parte legata alle visite e in tutto ciò che è web e digitalizzazione delle esperienze e dei progetti.

Qual è stato il momento più significativo della tua carriera nel settore enoturistico?

Ce ne sono tanti. Il progetto è entrato nelle nostre vite così repentinamente che il tempo è volato in questi 5 anni. Ho vari ricordi, molto limpidi. Per esempio, alla fine della stagione 2020 eravamo esausti, frastornati ma felicissimi. Ricevemmo la prima telefonata di una signora che chiedeva se l'anno successivo avremmo riaperto le esperienze in vigna. Una telefonata semplicissima, ma ero al settimo cielo! È stato il momento in cui abbiamo avuto una conferma che il nostro progetto era piaciuto, quindi aveva senso continuare, cercando un miglioramento continuo.

Quali sono le sfide più grandi che affronti nel tuo lavoro e come le superi?

Principalmente burocratiche, le quali si risolvono con la pazienza, ma anche la carenza di personale stagionale. È difficilissimo trovare nella nostra zona persone qualificate che amano il territorio (caratteristica fondamentale e necessaria per questo lavoro). Abbiamo iniziato a collaborare con persone della zona, fiere di raccontare il proprio territorio, tutto il resto glielo abbiamo insegnato e stiamo ancora crescendo insieme.

Secondo te, cosa rende un'esperienza enoturistica davvero memorabile per un

visitatore?

Tutte le nostre esperienze hanno alla base i nostri valori di identità, territorialità e semplicità. Credo che i visitatori siano alla ricerca di un contatto diretto con chi ha le “mani in pasta” tutti i giorni sul territorio, dalla barbatella al calice. Le esperienze quindi devono sempre rispettare questo e contemporaneamente fare sentire il visitatore unico in quel momento, quindi ci vuole un ascolto attivo di chi abbiamo davanti.

Quali obiettivi ti dai per quest’anno sul fronte enoturistico?

Dita incrociate per la nuova apertura del nostro progetto “Agrivino”, quest’anno abbiamo fatto un upgrade. Sicuramente, confermare e superare i numeri dello scorso anno e ovviamente sviluppare e consolidare le collaborazioni con le altre realtà del territorio.

Quali consigli daresti a chi vuole intraprendere questa professione?

Di non essere anzitutto autoreferenziale e poi di iniziare anche se non si ritiene ancora di avere tutte le competenze necessarie. E’ necessario studiare continuamente: vino, storytelling, turismo, tecnologia e molto altro. Bisogna “imparare facendolo” in un concetto di Life long learning.

Cosa credi serva all’enoturismo italiano per crescere e competere a livello internazionale?

Consapevolezza, identità e collaborazione. Consapevolezza perché è lo strumento di comunicazione e dimostrazione dei propri valori più potente che esista nelle mani di una cantina in questo momento. Identità perché permette di sviluppare

esperienze uniche e di carattere. Collaborazione perché questo moltiplicherà la risonanza del valore del territorio che raccontiamo.

Punti chiave

1. **Ha unito digitale, territorio e passione** per creare un progetto enoturistico distintivo nelle Cinque Terre.
2. **Il progetto Agrivino**, fondato con la moglie, valorizza identità, semplicità e autenticità nell'accoglienza in vigna.
3. **Affronta sfide legate a burocrazia, personale e territorialità**, puntando sulla formazione locale.
4. **Invita a studiare e applicare il life-long, learning e storytelling** per chi vuole entrare nell'enoturismo.
5. **Per crescere serve consapevolezza, identità e collaborazione** tra le realtà del territorio.