

# Smettiamo di “insegnare” il vino e iniziamo a cucirlo addosso al visitatore

scritto da Lavinia Furlani | 28 Settembre 2026



*L'enoturismo italiano punta ancora sul monologo tecnico, mentre modelli esteri come le distillerie scozzesi puntano su personalizzazione e interattività. Estrazione diretta dalla botte, profili aromatici costruiti dal visitatore e regalistica premium trasformano la bottiglia in un oggetto di relazione. Un cambio di approccio che moltiplica il valore emotivo e commerciale dell'esperienza in cantina.*

Se c'è un limite storico nell'enoturismo italiano con cui mi scontro quotidianamente, è la nostra ostinata tendenza al monologo. Accogliamo il turista, lo mettiamo a sedere e, con grande orgoglio, gli spieghiamo per filo e per segno cosa deve sentire nel calice, imponendo dall'alto la nostra visione

tecnica. Lo snaturiamo della sua curiosità. Ma cosa succederebbe se, invece di “insegnare” il vino, iniziassimo a far scoprire all’ospite il proprio gusto, divertendolo e rendendolo protagonista assoluto?

## **Guidare la scoperta, non imporre il gusto**

Nel mio recente viaggio nelle distillerie scozzesi , ho visto applicare il concetto di personalizzazione a livelli che nel mondo del vino italiano sembrano ancora fantascienza. In una straordinaria visitor experience di Edimburgo, l’ospite non subisce mai una lezione frontale. Attraverso un percorso interattivo che stimola i sensi e raccoglie le sue preferenze in modo giocoso, è il sistema stesso ad accompagnarlo verso la scoperta del suo profilo aromatico ideale. **Nessuno gli dice “questo è il prodotto migliore”, è lui stesso a comprenderlo, divertendosi.** Arrivato al momento dell’assaggio, si trova davanti un calice che sente intimamente suo.

Ho poi assistito a un rito di una potenza commerciale ed emotiva devastante: l’estrazione diretta dalla botte. **Il visitatore preleva il prodotto con le proprie mani, riempie la bottiglia, la tappa, la etichetta e la firma.** Quella bottiglia non si troverà mai in nessun supermercato o enoteca del mondo. È letteralmente unica. E vi assicuro che il suo valore percepito, nella mente del cliente, supera di gran lunga il suo valore commerciale reale.

## **La bottiglia come oggetto di relazione**

C’è infine il tema, da noi colpevolmente trascurato, della regalistica premium. All’estero ho visto trasformare semplici bottiglie in veri e propri oggetti di relazione, grazie a **personalizzazioni istantanee, incisioni dedicate e cofanetti su misura.** La bottiglia smette di essere solo una bevanda per diventare un veicolo di emozioni e ricordi, raddoppiando immediatamente il proprio valore a scaffale.

Questi non sono semplici aneddoti di viaggio. Sono veri e propri modelli di business, leve psicologiche potentissime che spostano l'enoturismo dalla logica del "biglietto d'ingresso" a quella della costruzione di fatturato duraturo e marginalità.

Il vino italiano ha già a disposizione la materia prima, la storia e persino gli strumenti tecnici per fare tutto questo. Ma conoscere questi concetti non basta, il vero scoglio è capire come tradurli nella realtà, con i nostri budget, i nostri spazi e la nostra legislazione, senza cadere nel banale o scimmiettare modelli esteri.

È una trasformazione che richiede un metodo preciso, non improvvisazione. Proprio per questo, **nei nostri corsi di formazione dedicati all'Hospitality e al Direct to Consumer, entriamo nel vivo di queste dinamiche.** Analizziamo casi studio, forniamo gli strumenti pratici e lavoriamo fianco a fianco con le cantine per capire esattamente come declinare e applicare in Italia questi modelli vincenti, trasformando finalmente l'accoglienza in un asset strategico ad alta redditività.

**SCOPRI I NOSTRI CORSI IN PARTENZA!**

---

## **Punti chiave**

- 1. Il monologo tecnico allontana il visitatore dalla propria curiosità naturale verso il vino.**
- 2. La personalizzazione del gusto rende l'ospite protagonista attivo della scoperta aromatica.**
- 3. L'estrazione diretta dalla botte genera un valore percepito superiore a quello commerciale reale.**
- 4. La regalistica premium trasforma la bottiglia in un veicolo di emozioni e ricordi.**

**5. Un metodo strutturato permette di applicare questi modelli nel contesto italiano con risultati concreti.**