

Stravolgere l'enoturismo italiano: e se il miglior tour in cantina fosse quello che non fai?

scritto da Lavinia Furlani | 5 Ottobre 2026



Il tour tecnico in cantina perde centralità a favore di un modello "lounge": meno spiegazioni, più tempo di permanenza con il calice in mano. L'articolo propone di ridurre le visite guidate a pochi minuti essenziali e trasformare il wine shop in uno spazio pubblico sempre aperto, capace di generare valore percepito, vendite dirette e futuri clienti per il tour premium.

Rivedendo gli appunti del mio ultimo viaggio in Scozia tra i grandi produttori di Spirit, c'è un'intuizione che credo dovrebbe spingerci a rivedere totalmente il turismo del vino

italiano. Dobbiamo avere il coraggio di stravolgere gli schemi.

Ho notato un dettaglio: nelle migliori strutture, il momento più memorabile per il visitatore non è mai il tour tecnico. È lo spazio in cui l'ospite si siede semplicemente a bere, con il bicchiere in mano, davanti a un alambicco o su una terrazza. Nessuno gli spiega più nulla. Il prodotto viene consumato esattamente dove è stato creato, e quel singolo gesto vale più di tutta la visita guidata che lo ha preceduto.

Il tour tecnico come semplice pretesto

Il nostro settore è ancora incastrato nel **dogma del “prima ti spiego tutto, poi ti faccio bere”**. Le realtà estere più evolute stanno andando molto oltre: il tour viene ridotto all'essenziale (venti minuti di gesti significativi) e incorporato in un'esperienza di consumo prolungata. Il paradigma diventa: *“bevi, e mentre bevi ti racconto”*.

Il prodotto principale che stiamo vendendo non è più la nozione enologica, ma **il tempo che il visitatore passa nel vostro luogo**, con il vostro calice in mano.

Immaginate una cantina in cui il cliente paga trenta euro non per essere trascinato in una marcia forzata in vigna ad agosto, ma per passare due ore in un salotto affacciato sui filari. Tre calici davanti, un tagliere curato, e qualche intervento informale della famiglia o dell'enologo che passa, si siede al tavolo, racconta un aneddoto e poi se ne va. Nessun percorso rigido. Solo permanenza e benessere.

I vantaggi di questo modello “lounge” sono incontestabili:

- **Aumento del valore percepito:** Il relax e l'esclusività valgono più della lezione frontale.
- **Abbattimento dei costi operativi:** Richiede meno personale dedicato esclusivamente alla guida per ore.

- **Soddisfazione documentabile:** L'ospite si sente un privilegiato, non uno scolaro.

Il wine shop come spazio pubblico permanente

Questo stravolgimento si lega a un'altra immensa opportunità mancata per l'Italia: la gestione del traffico spontaneo.

Durante il mio viaggio, il wine shop in assoluto più bello e performante che ho visitato non era su prenotazione. Chiunque poteva entrare dalla strada, sedersi al bancone, ordinare un calice e comprare bottiglie senza aver fatto alcuna visita. Molte nostre cantine vivono una dicotomia paralizzante: **o hai il tour premium prenotato due mesi prima, o non offri nulla.**

Manca drammaticamente il livello intermedio. Il tour guidato deve rimanere un bene scarso ed esclusivo, ma **lo shop aziendale deve diventare un luogo pubblico di *brand experience***, sempre bello, sempre aperto e sempre accogliente. Chi entra oggi per caso al wine shop per un calice veloce, è il cliente che prenoterà il tour premium il mese prossimo.

Di questo, e molte altre tematiche calde, parleremo nei nostri corsi di formazione in partenza.

[SCOPRILI QUI!](#)

Punti chiave

1. **Il modello lounge sostituisce la lezione frontale con permanenza, relax e calici serviti tra i filari.**
2. **Ridurre il tour tecnico a venti minuti aumenta il valore percepito e taglia i costi operativi.**
3. **Il wine shop aperto al pubblico trasforma i visitatori**

spontanei in clienti del tour premium.

- 4. Il tour guidato resta un'esperienza esclusiva e su prenotazione, riservata a un pubblico selezionato.**
- 5. Il tempo trascorso in cantina diventa il vero prodotto venduto, più della nozione enologica.**