

Smettiamo di coccolare (solo) gli enoturisti. È ora di iniziare a vendere!

scritto da Lavinia Furlani | 16 Giugno 2025



La vendita in cantina è la nuova frontiera dell'enoturismo italiano. L'articolo invita a superare la paura della vendita, trasformando ogni visita in un'occasione concreta. Vendere non è un tabù, ma un'abilità da sviluppare. Ogni dettaglio, dall'accoglienza al wine shop, deve puntare a creare valore e far tornare a casa il cliente con una bottiglia in mano.

Per anni ci siamo riempiti la bocca con parole come “esperienza”, “accoglienza”, “territorio”. Tutto vero, tutto bello. Ma oggi faccio un passo in più. Voglio parlare di qualcosa che, nel mondo del vino, fa ancora paura: **la vendita**.

Accogliere un enoturista è importante, ma **se non vendi una**

bottiglia quando hai un cliente davanti, stai perdendo un'occasione irripetibile. Quante volte nella vita succede che qualcuno venga a bussare spontaneamente alla tua porta? Nel caso dell'enoturismo, questo accade ogni giorno. E noi? A volte ci limitiamo a sorridere, raccontare, versare, salutare... e il vino resta lì.

Dobbiamo smettere di sentirci in colpa se vendiamo

Vendere non è una colpa. È un atto nobile. È un comportamento, non un talento innato. È una competenza che si impara, come una lingua straniera. Eppure, nelle cantine italiane, sembra che parlare di vendita sia ancora un tabù. Ci si nasconde dietro al “non è il mio ruolo”, “non sono portato”, “io sono bravo a raccontare, ma non a chiedere di comprare”.

Lo capisco. Ma vi dico anche che **non è più il tempo delle scuse**. Ogni ruolo, in una cantina, ha a che fare con la vendita. Perché ogni sorriso, ogni parola, può portare un enoturista a dire: “Sì, lo voglio quel vino. Me ne porto a casa una cassa”.

Il cliente è già pronto a comprare. Sei tu che devi essere pronto a vendere.

C'è una verità semplice che spesso dimentichiamo: **chi arriva in cantina ha già voglia di comprare**. È predisposto. È curioso. È coinvolto. Ma il bisogno va fatto emergere. O meglio: **va creato**.

Come si crea? Con la relazione, con la proposta giusta, con l'ascolto. Con piccoli dettagli che fanno la differenza. Una calamita con la foto scattata durante la degustazione può diventare un gadget irresistibile. Un tagliere extra può trasformare una visita in un momento memorabile. E poi, certo, arriva lui: il wine shop. Ma non dev'essere un angolo

dimenticato alla fine del tour. **Deve essere l'ultimo atto di un'esperienza costruita per vendere.**

La vendita in cantina non comincia nel wine shop. **Inizia nel parcheggio**, quando il cliente mette piede nella tua azienda. Ogni fase dell'esperienza è una tessera del mosaico. E il mosaico deve portare al momento in cui il cliente è felice di aprire il portafoglio, perché sente di aver ricevuto valore.

Non servono colpi di genio, servono piccoli cambiamenti, uno alla volta. Bottiglia dopo bottiglia. Come diceva un vecchio commerciale che mi ha insegnato tanto: *"Le bottiglie si vendono una alla volta"*. Anche nel 2025.

Non sei un venditore? Bene, diventa un venditore.

La vendita non è il contrario dell'ospitalità. **È il suo completamento naturale**. Perché far star bene le persone è l'inizio. Ma farle tornare a casa con un pezzo della tua storia (sotto forma di vino, gadget, ricordo) è il traguardo.

Ecco perché oggi, cari "hospitality manager", vi chiamo in un altro modo: **venditori**. Con fierezza. Perché non c'è niente di più bello di vedere un enoturista felice, con il sorriso e le bottiglie in mano.

Vuoi saperne di più sulle tecniche di vendita di vino? Dai un occhio ai corsi di Wine Tourism Hub: [I nostri percorsi formativi](#)

Hai perso il corso sulla vendita diretta?

Nessun problema: puoi acquistare la registrazione e guardarla quando vuoi, ovunque tu sia.

[Clicca qui!](#)

Punti chiave

- **Vendere è nobile:** la vendita è una competenza e non un tabù nelle cantine italiane.
- **Cliente già pronto:** chi visita la cantina ha voglia di comprare, va solo guidato.
- **Esperienza integrata:** la vendita inizia dall'accoglienza, non solo nel wine shop.
- **Dettagli fanno differenza:** gadget e momenti memorabili creano valore e spingono all'acquisto.
- **Ospitalità e vendita:** vendere completa l'ospitalità, non la contraddice.