Enoturismo capovolto: Wine Meridian lancia un ciclo formativo per chi vuole cambiare approccio nel turismo del vino

scritto da Redazione Wine Meridian | 16 Ottobre 2026



Wine Meridian lancia Enoturismo Capovolto, un ciclo di cinque incontri live dal 5 novembre pensato per chi gestisce visite, accoglienza, wine shop e comunicazione in cantina. Il percorso unisce metodo, casi reali e laboratorio pratico per aiutare le cantine ad adattare la propria offerta a un turista più esigente, veloce e abituato a standard digitali come Netflix o Booking.

"Il tuo competitor non è la cantina accanto, è tutto il resto"

Da questa idea nasce **Enoturismo Capovolto**, il **nuovo ciclo formativo online firmato Wine Meridian Wine Tourism Hub**, pensato per chi in cantina gestisce visite, accoglienza, wine shop e comunicazione.

Un pubblico diverso, domande sempre uguali

Chi lavora in cantina si pone da anni le stesse domande: come portare più visitatori, come alzare lo scontrino medio, come far funzionare il wine shop, come mantenere i contatti… Domande legittime, che restano valide nel tempo. A cambiare è il contesto in cui trovano risposta.

Il visitatore di oggi arriva distratto, seleziona in fretta e giudica con gli stessi standard che applica a Netflix, Booking o Google Maps.

Decide se una proposta merita il suo tempo in trenta secondi, dal telefono, spesso prima ancora di conoscere la cantina. Il problema del settore, quasi sempre, riguarda l'offerta: che cosa la cantina propone, e con quale chiarezza.

Cinque incontri, una struttura identica

Il ciclo si sviluppa in **cinque appuntamenti live da due ore**, ciascuno costruito sullo stesso schema:

- novanta minuti di metodo, con framework, esempi reali e dati dell'Osservatorio
- trenta minuti di laboratorio guidato, in cui ogni partecipante lavora sulla propria cantina e riceve un commento diretto.

Chi partecipa lascia ogni incontro con uno strumento compilato già utilizzabile dal lunedì successivo.

I cinque corsi:

1. 17 DICEMBRE – **Non ti mancano i visitatori. Ti manca qualcosa da comprare:** costruire un’offerta che convince i turisti in trenta secondi.
2. 20 GENNAIO- **Lo scontrino medio non si alza alla cassa:** riprogettare i sessanta minuti di visita per convincere ad acquistare lungo tutto il percorso, non solo alla fine.
3. 18 FEBBRAIO – **La tua cantina è il bar del tuo brand:** trasformare la cantina in un luogo dove entrare, sedersi e restare, sul modello delle taproom di birrifici e distillerie.
4. 18 MARZO – **La mail vale più della bottiglia:** trasformare un visitatore in un cliente che ricompra, tra contatti, follow-up e wine club minimo.
5. 1 APRILE – **Le recensioni non arrivano. Si chiedono:** costruire reputazione e alleanze con territorio e operatori come parte di un processo, non come effetto collaterale del buon servizio.

Gli incontri si svolgono dalle 14.30 alle 16.30.

Il terzo incontro rappresenta il fulcro del ciclo: è il momento in cui il wine shop smette di essere una questione di allestimento e diventa la conseguenza di una scelta più ampia sul ruolo della cantina come luogo da frequentare, e non solo da visitare.

Il formato: live, numero chiuso, registrazione inclusa

Ogni incontro si tiene in diretta e resta disponibile on demand per un periodo limitato di tempo. . I posti in diretta sono limitati a 40 partecipanti,

Il ciclo si può prenotare per intero, a condizioni vantaggiose, oppure incontro per incontro, in base alle esigenze della propria cantina.

Enoturismo Capovolto nasce da un’osservazione semplice: la maggior parte delle cantine continua a investire in visibilità mentre il problema si trova a monte, nell’offerta. Prima di comunicare, un’esperienza va definita, resa riconoscibile, prezzata e prenotabile. È questo il lavoro che il ciclo propone, incontro dopo incontro, con un metodo pensato per produrre risultati concreti fin dal primo lunedì dopo la formazione.

Le iscrizioni sono aperte, con posti limitati per garantire la qualità del laboratorio in diretta

SCOPRI DI PIÙ

Punti chiave

1. **Wine Meridian lancia Enoturismo Capovolto**, un ciclo di cinque incontri live dal 5 novembre.
2. **Il turista attuale decide in trenta secondi se una cantina merita attenzione**, dal telefono.
3. **Ogni incontro dura due ore**: novanta minuti di metodo e trenta di laboratorio pratico.
4. **Il terzo incontro affronta il wine shop come conseguenza del ruolo della cantina** come luogo da frequentare.
5. **I posti sono limitati a 40 partecipanti in diretta**, con registrazione on demand inclusa.