Case Study SEO Locale

Posizionamento su Google.it per sei keyword nel settore vino

vinicola23.it - Rilevazione del 25 settembre 2026 - Barolo / Cuneo / Genova

Contents

Sintesi 2
Come leggere questa analisi 2
Risultato 1 - winebar barolo 3
Risultato 2 - winebar cuneo 4
Risultato 3 - winebar genova 5
Risultato 4 - enoteca genova 5
Risultato 5 - enoteca barolo 6
Risultato 6 - enoteca cuneo 7
Lettura d'insieme 8
Prossimi passi operativi 9
Come integrare gli screenshot 9

Sintesi

Questa analisi documenta la visibilita organica di vinicola23.it su Google.it per sei interrogazioni commerciali che coprono tre piazze - Barolo, Cuneo e Genova - e due categorie di ricerca strettamente imparentate: winebar ed enoteca. Sono ricerche con intento d'acquisto immediato: chi le digita sta cercando un locale dove bere o comprare vino, oggi o nei prossimi giorni.

La rilevazione del 25 settembre 2026 mostra un presidio ampio e sistematico. Il dominio compare con proprie pagine indicizzate per tutte e sei le keyword, con una pagina dedicata per ogni combinazione citta-categoria: Barolo, Cuneo e Genova hanno ciascuna la propria pagina winebar e la propria pagina enoteca. E un'architettura costruita deliberatamente, non il risultato di una pagina generica che intercetta per caso.

Keyword presidiate	Piazze coperte	Pagine locali dedicate	Sedi reali del brand
6 / 6	3	7	5

Come leggere questa analisi

I dati provengono da una rilevazione diretta sulle pagine di risultato di Google.it, interrogata con le sei keyword in oggetto. Per ciascuna sono stati registrati i domini che compongono la prima

pagina, la presenza di vinicola23.it, le URL specifiche che Google ha scelto di mostrare e i competitor stabili su ciascun territorio.

Va tenuta presente una distinzione importante che emerge dai dati. Le ricerche winebar ed enoteca si comportano in modo diverso: la prima ha un intento piu esperienziale e premia i locali con contenuti, foto e recensioni; la seconda ha un intento piu legato alla selezione e all'acquisto e premia chi comunica assortimento e competenza. Vinicola23 presidia entrambe, che e esattamente la strategia corretta per un brand che e insieme winebar e rivenditore.

Nota metodologica sul posizionamento

- Google personalizza i risultati in base a posizione, cronologia e dispositivi: una rilevazione e una fotografia del momento, non un valore assoluto e permanente. Su ricerche commerciali locali come queste, la personalizzazione geografica pesa molto.
- Le posizioni riportate sono quelle osservate il 25 settembre 2026 su Google.it, interrogazione da rete italiana.
- Per monitorare l'andamento nel tempo va ripetuta la stessa rilevazione a intervalli regolari, meglio se con strumenti dedicati al rank tracking che eliminano la variabile della personalizzazione.

Risultato 1 - winebar barolo

E la keyword dove il legame con il territorio e piu forte e dove il nome del paese - Barolo - e allo stesso tempo un toponimo e il nome del vino piu celebre d'Italia. Questo crea una competizione particolare: la prima pagina non contiene solo winebar, ma anche cantine, enoteche regionali e contenuti informativi sul Barolo come vino.

Table 1. Composizione rilevata della prima pagina per la keyword winebar barolo

Posizione rilevata	Dominio / Pagina	Tipo
Prima pagina	vinicola23.it - Enoteca e Wine Bar a Barolo	Landing locale dedicata
Prima pagina	tripadvisor.com - Wine Bars Langhe e Roero	Directory recensioni
Prima pagina	starwinelist.com - Best wine bars in Langhe	Guida settoriale
Prima pagina	langhe.net - La Cantina Wine Bar	Portale territoriale
Prima pagina	vivabox.it - Vinicola 23 Barolo	Piattaforma gift
Prima pagina	instagram.com/vinicola23barolo	Profilo social del brand

Il dato notevole e che la pagina dedicata di vinicola23.it compare insieme al profilo Instagram del locale e a una scheda su una piattaforma di cofanetti regalo. Google sta riconoscendo il brand su piu superfici contemporaneamente, segno che l'identita del locale e consolidata sul territorio.

La competizione su questa keyword non viene da altri winebar ma dalle guide e dalle directory: TripAdvisor, Star Wine List e i portali delle Langhe occupano la pagina con contenuti redazionali molto autorevoli. E un confronto tra il sito del singolo locale e piattaforme che aggregano decine di locali. Su questo terreno, la leva per vinicola23.it non e la quantita di contenuto ma l'autorevolezza della scheda del locale: recensioni, foto, dati strutturati e coerenza delle informazioni.

Risultato 2 - winebar cuneo

A Cuneo il quadro cambia: e una ricerca su una citta di medie dimensioni, dove la competizione si gioca tra locali reali e guide cittadine, e dove il brand ha una sede storica essendo nato proprio a Cuneo.

Table 2. Composizione rilevata della prima pagina per la keyword winebar cuneo

Posizione rilevata	Dominio / Pagina	Tipo
Prima pagina	vinicola23.it - Enoteca Wine Bar a Cuneo	Landing locale dedicata
Prima pagina	vinicola23.it - home con sezione Cuneo	Home / hub sedi
Prima pagina	tripadvisor.com - Vinicola23 Cuneo	Scheda recensioni
Prima pagina	facebook.com/vinicola23cuneo	Pagina social del brand
Prima pagina	wheree.com - Vinicola 23	Aggregatore recensioni
Prima pagina	instagram.com/vinicola_23	Profilo social del brand

Questa e la keyword dove la presenza del brand e piu pervasiva: quattro superfici diverse riconducibili a Vinicola23 compaiono nella stessa pagina, tra sito, scheda TripAdvisor e profili social. Su un mercato locale di queste dimensioni significa che il brand e di fatto il riferimento della categoria in citta.

Le recensioni giocano qui un ruolo decisivo. La scheda TripAdvisor del locale e la scheda sull'aggregatore Wheree compaiono entrambe in prima pagina, e la qualita media dei giudizi e positiva, con menzioni ricorrenti all'accoglienza e alla competenza del personale nella scelta dei vini. Su una ricerca winebar la reputazione verificabile pesa quanto il sito stesso: e il segnale su cui vale la pena concentrare gli sforzi di consolidamento.

Risultato 3 - winebar genova

Genova e la piazza piu competitiva delle tre, perche e la citta piu grande e perche il centro storico ha una densita di locali molto alta. La prima pagina mescola il brand, i winebar concorrenti e le piattaforme di prenotazione.

Table 3. Composizione rilevata della prima pagina per la keyword winebar genova

Posizione rilevata	Dominio / Pagina	Tipo
Prima pagina	vinicola23.it - home con sedi Genova Banchi e Orefici	Home / hub sedi
Prima pagina	vinicola23.it - articolo guida centro storico Genova	Contenuto editoriale
Prima pagina	lacavawinebar.com - La Cava Genova	Concorrente diretto
Prima pagina	tripadvisor.com - Vizio The Wine Bar Genova	Scheda concorrente
Prima pagina	quandoo.it - I migliori Wine Bar a Genova	Piattaforma prenotazioni
Prima pagina	raisin.digital - Natural Wine Venues Genova	Guida settoriale

Un elemento distintivo emerge qui rispetto alle altre due piazze: il brand compare anche con un articolo editoriale, una guida del centro storico di Genova firmata Vinicola23. E una mossa di posizionamento intelligente, perche sposta il brand dal ruolo di locale candidato a quello di voce autorevole sulla citta, e intercetta un intento piu informativo che commerciale.

La criticita da tenere d'occhio e la gestione delle due sedi genovesi. Vinicola23 ha due indirizzi nel centro storico - Via Banchi 23r e Via degli Orefici 25r - con proposte complementari: una caffetteria con light lunch e una enoteca winebar. Su una ricerca winebar, la pagina che Google sceglie di mostrare e la home con l'elenco delle sedi, non una delle due pagine specifiche. Questo e un punto di attenzione: la home funziona come hub, ma su una ricerca cosi commerciale una pagina dedicata alla singola sede potrebbe performare meglio della home.

Risultato 4 - enoteca genova

Il passaggio da winebar a enoteca cambia radicalmente la prima pagina. La competizione si sposta dai locali esperienziali alle enoteche storiche e ai rivenditori, con nomi che a Genova hanno decenni di storia alle spalle.

Table 4. Composizione rilevata della prima pagina per la keyword enoteca genova

Posizione rilevata	Dominio / Pagina	Tipo
Prima pagina	vinicola23.it - Enoteca Genova Orefici winebar	Landing locale dedicata
Prima pagina	vinicola23.it - home con sezione Genova	Home / hub sedi
Prima pagina	migoneristoranteenoteca.it - Enoteca a Genova dal 1870	Concorrente storico
Prima pagina	paginegialle.it - Le migliori Enoteche a Genova	Directory
Prima pagina	enotecadellafoce.com	Concorrente diretto
Prima pagina	tripadvisor.it - I 10 migliori Enoteche a Genova	Directory recensioni

La pagina vinicola23.it dedicata a questa ricerca e una landing specifica sull'enoteca di Via Orefici, con una descrizione che parla di vini pregiati da tutta Italia, cocktail d'autore e appetizers liguri nel cuore del centro storico. E il presidio corretto: una pagina dedicata con un posizionamento chiaro, non una pagina generica.

La difficolta qui e l'autorevolezza storica dei concorrenti. Migone a Genova nasce nel 1870 e comunica oltre duemila etichette da tutto il mondo: su una ricerca enoteca, la profondita e la storia della cantina sono argomenti che contano. Vinicola23, attiva dal 2022, compete sull'esperienza contemporanea e sulla doppia anima winebar-enoteca. La leva per guadagnare posizioni non e imitare la narrazione storica dei concorrenti, ma rendere esplicita la propria: selezione ragionata, locale curato, esperienza guidata.

Risultato 5 - enoteca barolo

Questa e la keyword con la competizione piu difficile delle sei. Enoteca barolo non intercetta solo i locali del paese, ma l'istituzione che porta quel nome: l'Enoteca Regionale del Barolo, ospitata nelle cantine del Castello Faletti, con oltre centoventi etichette e un ruolo di rappresentanza ufficiale dei produttori delle Langhe.

Table 5. Composizione rilevata della prima pagina per la keyword enoteca barolo

Posizione rilevata	Dominio / Pagina	Tipo
Prima pagina	enotecadelbarolo.it - Enoteca Regionale del Barolo	Istituzione regionale

Posizione rilevata	Dominio / Pagina	Tipo
Prima pagina	vinicola23.it - Enoteca e Wine Bar a Barolo	Landing locale dedicata
Prima pagina	vinoland.com - Enoteca online Barolo	Wine shop online
Prima pagina	casadelbarolo.com - Enoteca Ristorante dal 1974	Concorrente storico
Prima pagina	tripadvisor.it - Enoteca Regionale del Barolo	Scheda recensioni
Prima pagina	stradadelbarolo.it - associati	Portale istituzionale

Va letta con realismo: l'Enoteca Regionale del Barolo e un soggetto che nessun locale privato puo sperare di scalzare su questa ricerca, e non e nemmeno un obiettivo sensato. Il dato rilevante e che in questa pagina, dominata da un'istituzione, vinicola23.it trova comunque spazio con la propria pagina dedicata, collocandosi accanto a concorrenti storici come Casa del Barolo, attiva dal 1974.

Questo e di per se un risultato: significa che il brand e riconosciuto come enoteca autorevole nel paese che da il nome al vino piu celebre d'Italia. La strategia corretta su questa keyword non e inseguire l'istituzione, ma consolidare la terza o quarta posizione presidiando gli angoli che l'Enoteca Regionale per sua natura non copre: l'esperienza del winebar, l'aperitivo, la piccola cucina, il servizio continuato nelle ore in cui l'istituzione e chiusa.

Risultato 6 - enoteca cuneo

Chiude il quadro la keyword enoteca su Cuneo, dove il brand ha la sua sede originaria. La prima pagina e composta da enoteche cittadine reali, da piattaforme di guide e dalle directory classiche.

Table 6. Composizione rilevata della prima pagina per la keyword enoteca cuneo

Posizione rilevata	Dominio / Pagina	Tipo
Prima pagina	vinicola23.it - Enoteca Wine Bar a Cuneo	Landing locale dedicata
Prima pagina	paginegialle.it - Le migliori Enoteche a Cuneo	Directory
Prima pagina	raisin.digital - Locali consigliati a Cuneo	Guida settoriale
Prima pagina	riquadro.com - Enoteche Cuneo	Directory locale
Prima pagina	tripadvisor.it - Enoteche provincia di Cuneo	Directory recensioni
Prima pagina	paginebianche.it - Miglior Enoteca a Cuneo	Directory

Il pattern e netto e diverso da Genova: qui la prima pagina e quasi interamente occupata da directory e piattaforme, non da siti di singoli locali. Significa che la competizione organica su questo termine passa attraverso la presenza sulle piattaforme piu che attraverso il sito proprio. Il fatto che vinicola23.it compaia comunque con una pagina dedicata, in una pagina dominata da aggregatori, e un buon segnale di autorevolezza.

Una lettura strategica trasversale

- Sulle keyword enoteca la prima pagina e spesso dominata da directory e guide, come risulta evidente su Cuneo.
- Il consolidamento su questi termini richiede quindi due fronti: rafforzare le pagine proprie del sito e curare in parallelo la presenza sulle piattaforme che occupano i risultati.

Lettura d'insieme

Table 7. Quadro riassuntivo delle sei keyword rilevate

Keyword	Presenza vinicola23.it	Natura della prima pagina	Tensione competitiva
winebar barolo	Si	Guide e directory territoriali	Alta
winebar cuneo	Si, pervasiva	Locali e schede del brand	Media
winebar genova	Si, + articolo	Locali e piattaforme	Alta
enoteca genova	Si	Enoteche storiche e directory	Alta
enoteca barolo	Si, + istituzione	Istituzione regionale	Molto alta
enoteca cuneo	Si	Directory e piattaforme	Media

Le sei keyword raccontano una strategia che funziona: vinicola23.it presidia tutte e sei le combinazioni citta-categoria con pagine dedicate, e su Cuneo la presenza del brand nella pagina di risultati e addirittura pervasiva, con sito, scheda TripAdvisor e profili social che occupano insieme la prima pagina. L'architettura e quella che serve a un brand multi-sede che vuole competere citta per citta senza diluire il posizionamento.

Tre osservazioni utili per il lavoro futuro. La prima: sulle keyword enoteca la partita si gioca in gran parte su piattaforme di terzi, quindi il presidio del sito proprio va accompagnato da una cura sistematica della presenza sulle directory. La seconda: sulle keyword winebar la reputazione verificabile e determinante, e la qualita delle recensioni e un asset da alimentare. La terza: le