

Maso Martis: il Trentino tra radici familiari e nuovi linguaggi

scritto da Stefano Montibeller | 18 Febbraio 2026



Sulle colline di Martignano, Maso Martis vive il passaggio generazionale con Alessandra e Maddalena Stelzer, che affiancano i genitori nella guida dell'azienda. Tra Metodo Classico, sostenibilità, comunicazione moderna ed enoturismo, la cantina trentina rinnova la propria identità con uno sguardo giovane e contemporaneo.

Maso Martis è il racconto di una visione nata negli anni '80, quando Antonio e Roberta Stelzer decisero di scommettere sul **potenziale spumantistico della collina di Trento**. Oggi, quella scommessa è una realtà consolidata che vede Alessandra e Maddalena Stelzer impegnate nel dare continuità a un'eredità fatta di **eccellenza e legame viscerale con il territorio**.

Abbiamo incontrato Alessandra per approfondire la filosofia produttiva di Maso Martis e le nuove sfide che la seconda generazione sta affrontando.

Alessandra, Maso Martis ha una storia che affonda le radici in una profonda ristrutturazione dei vigneti negli anni '80. Com'è nata l'identità spumantistica dell'azienda e come si è evoluta fino ad oggi?

La nostra storia è iniziata quando mio nonno acquistò il Maso insieme a 12 ettari di terreno. Mio padre Antonio, allora studente all'Istituto Agrario di San Michele all'Adige, intravide subito la vocazione vitivinicola di questa zona e tra l'82 e l'84 decise di reimpiantare i vigneti puntando su **Chardonnay, Pinot Nero e Pinot Meunier**. Inizialmente, negli anni '90, l'azienda si concentrava sui vini fermi, che erano i prodotti più richiesti dal mercato dell'epoca. Tuttavia, la nostra prima base spumante nacque già con la vendemmia del 1990 e, nel 1993, in concomitanza con il riconoscimento della **DOC Trento**, presentammo la nostra prima etichetta di **Metodo Classico**. Da quel momento la produzione è cresciuta costantemente: oggi produciamo circa 120.000 bottiglie totali, di cui **100.000 sono dedicate al Trento DOC**. Abbiamo scelto di focalizzarci sulle bollicine perché crediamo fermamente nei risultati che questo territorio può dare nel bicchiere.

Oltre alla produzione, Maso Martis si distingue per un approccio molto concreto alle pratiche quotidiane in azienda. Quali sono le scelte che caratterizzano

il vostro modo di lavorare, dall'ufficio alla cantina?

Per noi la gestione aziendale è fatta di **attenzione ai dettagli e pratiche naturali per una realtà biologica**. In cantina e durante le degustazioni utilizziamo materiali biodegradabili e abbiamo eliminato l'uso della plastica, preferendo bottiglie di vetro per l'acqua e la classica moka per il caffè, destinando poi i fondi al compost. Un esempio di cui andiamo molto fiere è il **recupero creativo delle cassette di legno**, trasformate in taglieri. Anche in ufficio e nell'accoglienza cerchiamo di ridurre l'impatto, alleggerendo il peso del packaging per il trasporto. Sono azioni che riflettono il nostro **rispetto per l'ambiente**.

Con il progetto “Alma 800” avete introdotto un Müller Thurgau che guarda a un pubblico giovane. Qual è il valore strategico di questa scelta e dell’uso del tappo a vite?

“Alma 800” nasce dalla volontà mia e di mia sorella Maddalena di valorizzare una varietà come il **Müller Thurgau**, spesso sottovalutata. Abbiamo deciso di produrre un vino **fresco, lavorato in acciaio**, capace di avvicinare i giovani al vino. Il **tappo a vite** è una scelta di modernità e praticità, che garantisce conservazione ottimale. Anche il packaging è accattivante e colorato, per comunicare che Maso Martis sa essere **elegante ma dinamica e accessibile**.

L’enoturismo è diventato un pilastro fondamentale per voi. Come avete strutturato l’offerta esperienziale per

rispondere alle richieste di un mercato sempre più esigente?

L'enoturismo esperienziale oggi è centrale. Abbiamo diversificato i pacchetti, permettendo di degustare tutta la gamma e visitare vigneti e cantina. Abbiamo investito sugli spazi, come la **terrazza panoramica** dove organizziamo aperitivi estivi, concerti jazz e collaborazioni con food truck. La vendita diretta in cantina è cresciuta molto; io e mia sorella seguiamo personalmente l'accoglienza perché crediamo nel **rapporto umano e nella trasparenza**.

In un panorama digitale sempre più frenetico, come gestite la comunicazione aziendale e qual è il peso della squadra in questo percorso?

La **comunicazione è fondamentale** e richiede professionalità. Diamo valore a sito web e newsletter per racconti più approfonditi rispetto ai social. Ci facciamo affiancare da professionisti esterni e possiamo contare su una **squadra solida**, con l'enologo Matteo Ferrari con noi dal 1994. Il successo è il risultato di un **lavoro corale**, dove famiglia e collaboratori lavorano all'unisono per garantire la riconoscibilità di Maso Martis in ogni bicchiere.

Punti chiave

1. **Passaggio generazionale:** Alessandra e Maddalena guidano l'evoluzione aziendale accanto ai genitori.
2. **Focus spumanti:** 100.000 bottiglie dedicate al Trento DOC Metodo Classico.
3. **Sostenibilità concreta:** materiali biodegradabili, zero

plastica, recupero creativo.

4. **Progetto giovane:** Müller Thurgau “Alma 800” con tappo a vite e packaging moderno.
5. **Enoturismo esperienziale:** degustazioni, eventi e forte relazione diretta col visitatore.