Caterina Mataluna: l’enoturismo italiano deve puntare sull’anima, non sulla perfezione

scritto da Redazione Wine Meridian | 3 Marzo 2025



Caterina Mataluna, vincitrice del Best Wine Hospitality Manager nella categoria “Venditore”, trasforma ogni visita in cantina in un’esperienza coinvolgente e autentica. In questa intervista, racconta il suo percorso, le sfide del settore enoturistico e la sua visione: meno formalità, più autenticità. L’enoturismo italiano deve puntare sull’anima, non sulla perfezione.

Accogliere gli ospiti in cantina non è solo una questione di servizio, ma un’arte che unisce ascolto, empatia e capacità di coinvolgere. **Caterina Mataluna**, vincitrice del concorso **Best**

Wine Hospitality Manager nella categoria “**Venditore”**, incarna perfettamente questo approccio. Grazie al suo talento nel raccontare il vino in modo autentico e accessibile, si è distinta nel settore, trasformando la vendita da un processo complesso e meccanico spesso temuto dagli Hospitality Manager, ad una naturale conseguenza di un’esperienza coinvolgente e di un servizio impeccabile.

Oggi è **Hospitality Coordinator di Cà Maiol**, una delle realtà più dinamiche della Lugana. Il suo obiettivo? Rendere ogni visita in cantina un momento di scoperta e connessione, in cui il vino diventa un ponte tra storia, territorio ed emozioni.

L’abbiamo intervistata per conoscere meglio il suo percorso, le sfide che affronta ogni giorno e la sua visione del futuro dell’enoturismo italiano.

Raccontaci un po’ di te: come sei arrivata a lavorare nell’hospitality e qual è il tuo ruolo attuale?

Non sono nata in questo mondo, ma sicuramente l’ospitalità è qualcosa che ho sempre respirato a casa, così come l’amore per un buon calice di vino da condividere con gli amici. Essere cresciuta a Verona, con una passione per le lingue, i viaggi e il cibo, ha fatto il resto.

Il mio ruolo oggi, insieme al mio team, è quello di cercare di creare esperienze che non si limitino ad un calice ed una visita in cantina, ma che lascino qualcosa di più profondo, come un profumo che riporta alla mente un ricordo felice.

Qual è stato il momento più significativo della tua carriera nel settore enoturistico?

C’è stato un giorno in cui un visitatore mi ha detto: “Non

avevo mai capito davvero il vino prima di oggi.” Non perché gli avessi spiegato terroir o affinamenti, ma perché era riuscito a sentire l’anima del luogo e delle persone dietro alle bottiglia. Quel momento mi ha fatto capire che il vero enoturismo non è informazione, ma trasformazione, arrivare al senso profondo di cosa sia realmente il mondo del vino.

Quali sono le sfide più grandi che affronti nel tuo lavoro e come le superi?

Far capire che l’enoturismo non è un contorno al vino, ma un piatto principale. Ancora oggi, molti pensano che una degustazione sia solo “assaggiare” vini. Con le mie colleghe cerchiamo sempre di trasformarla in un’esperienza che coinvolga tutti i sensi e racconti una storia che i visitatori porteranno con sé, magari fino alla prossima bottiglia.

Secondo te, cosa rende un’esperienza enoturistica davvero memorabile per un visitatore?

La capacità di sorprendere. Non è il calice perfetto, la sala degustazione impeccabile o la vista mozzafiato. È il momento in cui un visitatore si sente parte di qualcosa, quando scopre un dettaglio inaspettato, quando ride perché gli hanno raccontato un aneddoto divertente avvenuto in vendemmia.

Scoprire qualcosa dell’azienda e del vino che puoi raccontare solo tu che ne fai realmente parte.

Quali obiettivi ti dai per quest’anno sul fronte enoturistico?

Creare esperienze uniche che facciano parlare non solo i sommelier, ma anche chi fino a ieri beveva altro. Vorrei abbattere le barriere, rendere il vino più accessibile senza banalizzarlo. E magari far sì che un visitatore su dieci torni

a casa con la voglia di piantare una vite in giardino.

Quali consigli daresti a chi vuole intraprendere questa professione?

Dimentica il copione. Studia, certo, ma non diventare un distributore automatico di nozioni sul vino. Guarda le persone negli occhi, scopri cosa vogliono sentire, crea connessioni. E soprattutto, assaggia tanto. Ma non solo vino: cibo, esperienze, libri, culture diverse. Ogni cosa che vivi può arricchire il tuo modo di raccontare il vino.

Cosa credi serva all'enoturismo italiano per crescere e competere a livello internazionale?

Meno formalità, più autenticità. L'Italia ha il vantaggio di non dover inventare storie: le sue vigne ne sono piene. Bisogna smettere di voler sembrare perfetti e iniziare a essere più veri. Gli stranieri non vengono qui solo per degustare un vino eccellente, ma per respirare la nostra cultura, per sentire un vignaiolo che parla con passione, anche se con un accento che fatica a pronunciare l'inglese. La vera forza dell'enoturismo italiano è la sua anima, non la sua perfezione.

Scopri gli altri vincitori…

- *Andrea Monico: l'arte di trasformare l'enoturismo in un'esperienza strategica e indimenticabile*
- *Luca Carnevali: l'arte dell'ospitalità vinicola nella Laguna di Venezia*
- *Martina Centa: raccontare il vino attraverso le emozioni*

Punti chiave

1. **L’enoturismo deve essere un’esperienza immersiva**, non solo un semplice assaggio, puntando su autenticità, connessione e coinvolgimento.
2. **Il vero valore di un’esperienza enoturistica sta nella capacità di sorprendere**, creare emozioni e lasciare un segno nel visitatore.
3. **L’accoglienza in cantina è un’arte: richiede ascolto**, empatia e la capacità di trasmettere la passione per il vino.
4. **Il successo dell’enoturismo italiano dipende dalla sua anima,** non dalla perfezione: meno formalità, più storie e autenticità.
5. **Un buon Hospitality Manager deve superare copioni rigidi e creare connessioni**, adattandosi ai desideri di ogni visitatore.