Caterina Turrini: “L’enoturismo è mostrare il proprio volto: autenticità e organizzazione fanno la differenza”

scritto da Redazione Wine Meridian | 10 Marzo 2025



Caterina Turrini, vincitrice del concorso Best Wine Hospitality Manager nella categoria “Emozionale”, racconta il suo approccio all’enoturismo. L’autenticità, la personalizzazione e la sinergia tra cantine sono i pilastri di un’accoglienza che lascia il segno. Scopri la sua visione, le sfide affrontate e i consigli per rendere l’enoturismo italiano più competitivo a livello internazionale.

Creare un’esperienza enoturistica memorabile significa andare

oltre la semplice degustazione e trasformare la visita in un viaggio emozionale. È proprio questo il talento di Caterina Turrini, vincitrice nella categoria “Emozionale” del concorso Best Wine Hospitality Manager. Il suo approccio all’ospitalità non si limita a presentare i vini, ma mira a costruire un legame autentico con ogni visitatore, rendendo ogni incontro un’occasione di scoperta e condivisione.

Oggi è Hospitality Manager presso **Tommasi Family Estates**, realtà che ha fatto dell’accoglienza un pilastro del proprio successo. Dopo studi in turismo e un’esperienza di lavoro in Germania, dove ha perfezionato il tedesco lavorando nella ristorazione, è tornata a Verona per diventare sommelier. Nel 2023 è entrata in Tommasi come Wine Specialist, per poi assumere il ruolo di Hospitality Manager, unendo competenze e passione per creare esperienze che lasciano il segno.

L’abbiamo intervistata per conoscere meglio il suo percorso e la sua visione dell’enoturismo.

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

Il mio percorso è iniziato subito dopo l’università, quando ho avuto l’opportunità di lavorare per diversi anni nel settore della ristorazione, sia in Italia che in Germania. È stata un’esperienza fondamentale, che mi ha avvicinata al mondo del vino e mi ha aiutata a diventare più spigliata. Anche se la timidezza fa sempre parte di me, quegli anni mi hanno insegnato tanto e mi hanno portata dove sono oggi.

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

enoturistico?

Nonostante lavori in questo settore da pochi anni, è difficile scegliere un solo momento significativo. Per me, ogni esperienza è un tassello di un percorso in continua evoluzione, un po' come costruire una casa: mattone dopo mattone, tutto prende forma. Mi piace quindi pensare che i momenti significativi siano più di uno e che tutti abbiano contribuito al percorso fatto.

Sicuramente essere tra i premiati del concorso **Best Wine Hospitality Manager** è stato un grande traguardo. Se dovessi citarne un' altro, potrei dire il primo tour fatto in cantina: dopotutto parte tutto da lì, no?

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

Lavorare in un settore in costante evoluzione è una sfida quotidiana, ma la più grande è senza dubbio riuscire a creare esperienze che lascino un segno nei visitatori. La quotidianità ci pone di fronte alle richieste di un pubblico che sta diventando sempre più interessato e consapevole: regalare loro il ricordo di un'esperienza o di un vino e poter sorridere per il fatto che dopo mesi tornano a trovarti, questa è per me la sfida più grande e quindi la più gratificante

Ci tengo ad aggiungere che queste sfide si superano perché affrontate con un lavoro di squadra che da soli sarebbe impossibile portare avanti. Ho la fortuna di lavorare in un team che negli ultimi due anni si è dimostrato non solo competente, ma anche e soprattutto unito. Grazie alle competenze e le inclinazioni di ciascuno di noi abbiamo raggiunto risultati di cui non posso che essere orgogliosa. Il riconoscimento ricevuto il 5 febbraio scorso (concorso Best Wine Hospitality Manager) ne è la prova: l'ho ritirato io, ma

dietro c’è anche il lavoro di tutti i colleghi.

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

Oggi le cantine devono costantemente aggiornarsi e ampliare l’offerta per rispondere alle esigenze di un pubblico sempre più curioso e attento. L’elemento chiave è la personalizzazione: ogni visita dovrebbe essere costruita su misura, lasciando spazio non solo alle informazioni tecniche, ma anche a un racconto più emozionale e inclusivo.

I visitatori arrivano in cantina per tanti motivi: perché incuriositi dalle nostre etichette, perché hanno assaggiato un nostro vino in un Paese lontano migliaia di chilometri, o semplicemente per scoprire la nostra storia. Il minimo che possiamo fare è coinvolgerli e far sì che il tempo trascorso con noi diventi un momento speciale, ricco di aneddoti e curiosità che possano portare con sé.

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

Il mio obiettivo principale è quello di **offrire esperienze sempre più coinvolgenti**, creando motivi concreti per far tornare i visitatori.

L’ospitalità è parte integrante del DNA di **Tommasi Family Estates**, e vogliamo continuare a valorizzare non solo territori iconici come **la Valpolicella e Montalcino**, ma anche aree meno conosciute ma altrettanto straordinarie, come **il Vulture in Basilicata o l’Oltrepò Pavese in Lombardia**.

La famiglia Tommasi sta inoltre portando avanti un progetto molto importante nella zona del **Lugana, sul Lago di Garda**, dove i flussi turistici sono rilevanti. Sarà una grande

opportunità per raccontare il territorio e il vino. Presto arriveranno dunque nuove esperienze tutte da scoprire!

Quali consigli daresti a chi vuole intraprendere questa professione?

L'enoturismo è un settore giovane e in continua crescita, e non sempre è facile trovare figure con una formazione specifica per questa stimolante professione. È un lavoro che richiede una combinazione di **competenze tecniche sul vino e una forte attitudine all'accoglienza**.

Chi vuole intraprendere questo percorso deve **saper ascoltare, capire le esigenze e i desideri dei visitatori** e costruire un'esperienza che sia più di una semplice degustazione.

Il mio consiglio (che ricordo sempre anche a me stessa) è di affrontare questa professione con passione e **una mente aperta alle nuove opportunità**, perché oggi, grazie alla tecnologia, abbiamo strumenti incredibili per raggiungere un pubblico sempre più ampio.

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

Fare ospitalità in cantina significa **mostrare il proprio volto** a chi viene a trovarci. Autenticità e organizzazione sono le parole d'ordine.

Per competere a livello internazionale, dobbiamo **creare una rete più solida tra le cantine**, superando la logica della concorrenza per favorire una visione di **collaborazione e sinergia**. Questo approccio può generare valore per tutto il comparto.

È fondamentale lavorare per **costruire un'immagine unitaria del territorio**, coinvolgendo attivamente enti turistici,

amministrazioni e realtà locali. Un'organizzazione territoriale più strutturata, in grado di offrire servizi diversificati ai visitatori. Questo può dare al settore enoturistico la visibilità e l'attenzione che merita, valorizzando al meglio le sue potenzialità a vantaggio di tutta la filiera e degli attori coinvolti.

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*
- *Caterina Mataluna: l'enoturismo italiano deve puntare sull'anima, non sulla perfezione*

Punti chiave

- **Accoglienza autentica** e personalizzata: ogni visita deve trasformarsi in un'esperienza emozionale e coinvolgente.
- **Lavoro di squadra** fondamentale: il successo nell'enoturismo è il risultato di un team affiatato.
- **Innovazione e tradizione** devono convivere per rispondere alle esigenze di un pubblico sempre più esigente.
- **Collaborazione tra cantine** per superare la concorrenza e rafforzare l'immagine del territorio.
- **Enoturismo strategico**: organizzazione territoriale e servizi strutturati per competere a livello internazionale.