

Marco Dall'Armi: "Più siamo bravi a coinvolgere, più passiamo dal far percepire il brand a farlo vivere"

scritto da Veronica Zin | 23 Marzo 2026



Marco Dall'Armi, vincitore della categoria "Coinvolgitore" al Best Wine Hospitality Manager 2026, racconta un percorso che parte dall'infanzia a Valdobbiadene e arriva a Tenuta San Giorgio a Maserada sul Piave, Treviso. Il suo metodo: ascolto, degustazioni alla cieca e coinvolgimento sensoriale totale per trasformare ogni ospite da spettatore a protagonista.

C'è chi spiega il vino e chi lo fa vivere. Marco Dall'Armi, cresciuto a Valdobbiadene tra i profumi della cantina di suo nonno Augusto, ha costruito il suo approccio all'enoturismo su un imprinting sensoriale che risale all'infanzia: la

fermentazione, la vendemmia vissuta come festa familiare, la pigiatura con i piedi. Un bagaglio che non è mai stato abbandonato e che oggi, in Tenuta San Giorgio, si traduce in esperienze capaci di chiudere il cerchio collegando la natura al bicchiere.

Ed è proprio a Tenuta San Giorgio che Marco ha sviluppato la capacità di coinvolgere attivamente i visitatori, trasformandoli da spettatori passivi a protagonisti dell'esperienza. Questa attitudine gli è valsa il riconoscimento nella categoria "Coinvolgitore" della seconda edizione del concorso Best Wine Hospitality Manager, svoltasi il 4 febbraio 2026 a Riva del Garda nell'ambito della 50ª edizione della fiera Hospitality – Il Salone dell'Accoglienza, promossa da Wine Meridian e Wine Tourism Hub.

Lo abbiamo intervistato per conoscere la visione che sta dietro a ogni visita in cantina.

Può parlarci del tuo background professionale e del tuo percorso nell'hospitality? Qual è il tuo ruolo attuale?

Il mio legame con il vino ha radici profonde a Valdobbiadene, dove sono cresciuto nella cantina di mio nonno Augusto. Di quel periodo conservo un imprinting sensoriale indelebile: **i profumi della fermentazione, il rito della vendemmia vissuto come festa familiare e la memoria tattile della pigiatura con i piedi. Questi ricordi d'infanzia definiscono ancora oggi il mio approccio emotivo al settore.**

Sotto il profilo formativo, ho frequentato la scuola enologica Cerletti di Conegliano come perito agrario. Prima di approdare stabilmente nel mondo vitivinicolo, ho maturato esperienze diverse: ho lavorato nell'azienda fotografica di famiglia, competenza che oggi applico curando i contenuti visuali per il

marketing, e ho gestito un'attività di giardinaggio, mantenendo sempre un contatto diretto con la natura. Dal 2019 sono in Tenuta San Giorgio. Ho iniziato seguendo fiere ed eventi itineranti, per poi diplomarmi come sommelier e dedicarmi allo sviluppo dell'accoglienza e del progetto di enoturismo.

Quali approcci usi per trasformare il visitatore da spettatore passivo a protagonista attivo dell'esperienza in cantina?

Il fulcro del mio metodo è la curiosità genuina. Quando accolgo ospiti nuovi, dedico il tempo iniziale a capire chi sono, da dove vengano e quali siano le loro aspettative. Questo mi permette di tracciare una "roadmap" della visita e di mettere la persona al centro dell'attenzione, trasformando l'accoglienza in un dialogo.

Coinvolgiamo attivamente i visitatori attraverso il *food pairing* e l'esperienza sensoriale diretta. Invece di limitarci a una spiegazione tecnica, cerchiamo un taglio conviviale dove gli ospiti possano raccontare il proprio vissuto con il vino. Utilizziamo spesso la formula delle degustazioni alla cieca per stimolare reazioni immediate e autentiche, rompendo la barriera della passività e rendendo l'assaggio un momento di scoperta personale.

Come riesci a calibrare il coinvolgimento emotivo a seconda della tipologia di ospite che hai di fronte?

Tutto si basa sulla sintonia e sulla capacità di mettersi sulla stessa lunghezza d'onda dell'interlocutore. Osservo costantemente le reazioni degli ospiti a ciò che racconto; **se percepisco un interesse per i dettagli tecnici, approfondisco**

quegli aspetti, se invece vedo una risposta più emotiva, punto sullo storytelling.

Un esempio concreto riguarda l'uso di provocazioni costruttive durante le degustazioni, come **proporre un abbinamento volutamente errato**. Questo spinge l'ospite a riflettere sulle proprie abitudini e sul proprio background culturale. Adattare il linguaggio e il contenuto in tempo reale permette di creare un rapporto di fiducia che spesso prosegue anche dopo la visita, con clienti che scrivono per chiedere consigli privati su abbinamenti o vini.

Secondo te, in che modo un legame umano profondo influisce sulla percezione del brand?

Sono convinto che più siamo bravi a coinvolgere, più passiamo dal far percepire il brand, a farlo vivere.

Esiste una differenza sostanziale tra percepire un marchio e viverlo. Un legame umano autentico permette di trasmettere le motivazioni profonde che ci spingono a produrre vino. Quando l'ospite percepisce l'amore per il lavoro, il brand smette di essere un'etichetta astratta e diventa un'esperienza vissuta.

In Tenuta San Giorgio portiamo le persone lungo le rive del Piave, facciamo toccare con mano il terreno alluvionale e sfregare le pietre per sentirne l'odore, lo stesso che ritroveranno nel bicchiere. Facciamo annusare le foglie di artemisia che crescono tra i filari per spiegare la nota balsamica. **Attraverso questo coinvolgimento fisico e sensoriale, chiudiamo il cerchio tra la natura e il prodotto finito**. Il visitatore non acquista solo una bottiglia, ma porta con sé un pezzo della nostra identità e della nostra storia.

Punti chiave

1. **Radici sensoriali come fondamento:** l'approccio di Dall'Armi nasce dall'infanzia tra vigne e vendemmie a Valdobbiadene.
2. **La curiosità genuina è il fulcro del metodo:** ogni visita inizia ascoltando chi si ha di fronte.
3. **Degustazioni alla cieca e abbinamenti sbagliati** rompono la passività e rendono l'ospite protagonista attivo.
4. **Adattare linguaggio e contenuto in tempo reale** crea fiducia e relazioni che durano oltre la visita.
5. **Far vivere il brand, non solo percepirlo:** sfregare pietre, annusare artemisia, toccare il territorio prima di berlo.