Martina Centa: raccontare il vino attraverso le emozioni

scritto da Redazione Wine Meridian | 10 Febbraio 2025



Martina Centa, vincitrice del Best Wine Hospitality Manager nella categoria Emozionale, racconta il vino attraverso le emozioni, trasformando ogni visita in un'esperienza unica. Brand Manager di Cantina Roeno, coniuga tradizione e innovazione nell'enoturismo. In questa intervista condivide la sua visione sull'accoglienza, le sfide del settore e le strategie per rendere memorabile ogni esperienza in cantina.

Martina Centa, vincitrice della categoria Emozionale al concorso **Best Wine Hospitality Manager** di Wine Tourism Hub, è la dimostrazione di come l'accoglienza possa trasformarsi in un racconto coinvolgente e autentico. Grazie alla sua capacità di connettersi con i visitatori e trasmettere emozioni attraverso il vino, ha conquistato il riconoscimento come una delle professioniste più talentuose nel panorama

dell’enoturismo italiano.

Classe ‘96, nata e cresciuta tra i vigneti della Valdadige Terradeiforti, Martina fa parte della famiglia **Roeno**, dove oggi ricopre il ruolo di **Brand Manager** e si occupa dello sviluppo dell’enoturismo. Con una laurea in commercio estero e marketing enogastronomico, unisce tradizione e visione strategica per valorizzare il territorio e le sue eccellenze vitivinicole.

Abbiamo parlato con lei per scoprire cosa significa per un’azienda investire nell’enoturismo e quali sono le chiavi per rendere ogni esperienza in cantina davvero indimenticabile.

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

Lavorare nell’hospitality è stata una scelta naturale per me. Sono cresciuta tra le vigne e le botti di Roeno, un’azienda di famiglia che esiste da tre generazioni. Fin da piccola ho respirato il mondo del vino, osservando mia madre, mia zia e mio zio innovare e far crescere la nostra realtà. Oggi, insieme ai miei cugini, rappresento la nuova generazione di Roeno, con un’attenzione particolare all’enoturismo. Il mio ruolo spazia dalla gestione delle esperienze per i visitatori alla strategia di sviluppo dell’accoglienza, cercando sempre di valorizzare la nostra identità e il nostro territorio.

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

Uno dei momenti più significativi è stato quando abbiamo rinnovato e rilanciato le esperienze enoturistiche di Roeno, trasformando la nostra cantina in un vero e proprio punto di

riferimento per chi cerca non solo vino di qualità, ma anche un viaggio immersivo tra tradizione e innovazione. Vedere l'entusiasmo dei visitatori, ricevere feedback positivi e notare l'impatto del nostro lavoro sulla percezione del territorio è stato estremamente gratificante.

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

Le sfide sono molteplici, dalla stagionalità dell'enoturismo alla necessità di differenziarsi in un mercato sempre più competitivo. Inoltre, far comprendere il valore di un'esperienza autentica rispetto a un semplice assaggio di vino può essere complesso. Per superarle, puntiamo su un'accoglienza personalizzata, eventi tematici e una comunicazione efficace che racconti la nostra storia in modo coinvolgente.

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

L'autenticità e il coinvolgimento. Un'esperienza enoturistica di successo non si limita alla degustazione, ma trasmette emozioni attraverso la storia della cantina, il contatto con la natura e le persone che ci lavorano. Creare un legame tra il visitatore e il territorio è fondamentale per lasciare un ricordo indelebile.

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

Quest'anno voglio ampliare l'offerta esperienziale di Roeno, magari introducendo nuovi format di degustazione e percorsi immersivi tra vigneti e cantina. Vorrei anche rafforzare la collaborazione con altre realtà locali per offrire esperienze

integrate che valorizzino il territorio nella sua totalità. Infine, puntiamo a incrementare la nostra presenza online e migliorare la comunicazione digitale per attrarre un pubblico più ampio.

Quali consigli daresti a chi vuole intraprendere questa professione?

Essere curiosi, appassionati e avere una grande capacità di ascolto. L'enoturismo è fatto di persone e storie, quindi saper comunicare, adattarsi alle esigenze dei visitatori e avere una visione strategica sono elementi chiave. Inoltre, consiglio di viaggiare e visitare altre realtà per prendere ispirazione e capire cosa rende un'esperienza unica.

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

Serve maggiore sinergia tra le cantine, gli enti del turismo e le istituzioni per creare percorsi integrati che valorizzino le eccellenze italiane. Inoltre, l'Italia ha un patrimonio vinicolo incredibile, ma spesso manca una comunicazione efficace e un'attenzione all'innovazione nell'accoglienza. Investire in formazione, digitalizzazione e sostenibilità può fare la differenza per rendere il nostro enoturismo ancora più attrattivo su scala globale.

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

Punti chiave

1. **Martina Centa, vincitrice del Best Wine Hospitality Manager categoria Emozionale**, crea esperienze enoturistiche immersive valorizzando territorio, vino ed emozioni.
2. **Il suo approccio unisce tradizione, innovazione** e una comunicazione coinvolgente per differenziarsi nel mercato enoturistico.
3. **Per lei, un’esperienza memorabile deve basarsi su autenticità, coinvolgimento** e la capacità di raccontare una storia.
4. **Le principali sfide dell’enoturismo riguardano stagionalità, competizione** e la necessità di far comprendere il valore di esperienze autentiche.
5. **Per crescere a livello internazionale, l’enoturismo italiano deve puntare su sinergia, digitalizzazione** e una comunicazione più efficace.