

Vino, il Lugana vola alla conquista dei mercati internazionali

25 Luglio 2023

di **Redazione**



PESCHIERA DEL GARDA – Dal Lago di Garda ai mercati internazionali: l'attività di promozione della Doc Lugana continua senza sosta e nei mesi estivi si è concentrata sui mercati internazionali, dopo una prima parte del 2023 dedicata al mercato italiano con il Lugana on Tour.

Non vi è dubbio che il 70% delle 28 milioni di bottiglie di Lugana Doc prodotte nel 2022 sono andate all'estero; dunque, lo sviluppo dell'internazionalizzazione è per il Consorzio sempre più cruciale.

“Sicuramente la Germania è storicamente il mercato che prima di altri ha scoperto e apprezzato moltissimo il Lugana. Questo anche grazie alla storica relazione tra i turisti

tedeschi e il Lago di Garda. Dunque, l'obiettivo a tendere è quello di consolidare questa relazione, ma al contempo favorire i nuovi ed interessanti canali che si sono aperti in altri mercati" spiega **Edoardo Peduto**, direttore del Consorzio del Lugana Doc.

"Tenendo però sempre presente che l'obiettivo chiave della nostra promozione è di supportare costantemente la crescita del valore della denominazione facendo leva sull'estrema versatilità, sull'eleganza, sulla qualità e su un elemento per noi fondamentale, il territorio del Lago di Garda".

Destination Lugana: si chiama così il progetto che ha visto approdare, per il secondo anno consecutivo, il Lugana sulle tavole dei migliori ristoranti e locali newyorkesi per due settimane dal 12 al 22 giugno.

19 produttori di Lugana Doc hanno fatto conoscere le loro ultime annate nel contesto di cene ed eventi in 6 ristoranti e 5 club privati a Manhattan. Ognuno dei ristoranti aderenti all'iniziativa (Il Fiorista, Gnocco, Hearth, Misirizzi, Osteria Carlina, Viceversa) ha curato menù ed abbinamenti per esaltare le qualità e le caratteristiche principali di questi vini. I club hanno offerto invece diverse esperienze di degustazione ai loro membri durante le due settimane.

"Il mercato americano è uno dei più importanti e cruciali per il successo della nostra denominazione all'estero. Per questo siamo tornati per il secondo anno in America ed abbiamo scelto la città di New York perché è il centro della vita metropolitana a stelle e strisce e raccoglie per questo diverse influenze, gusti ed esperienze. C'è ancora molto lavoro da fare, nel mercato USA dobbiamo ancora entrare in maniera importante e andrà presidiato costantemente. Nel 2024 replicheremo implementando il format e andando anche su altri Stati come Florida e Texas" spiega **Fabio Zenato**, presidente del Consorzio del Lugana Doc.

Le attività rivolte al mercato inglese si sono svolte invece nel mese di luglio. Il 4 luglio "Lugana Comes to England" è stato il Trade Tasting Lunch rivolto a operatori del trade con l'obiettivo di far conoscere il Lugana e il territorio attraverso 10 vini serviti insieme ad un menu? spiccatamente British in uno dei pub storici e più? importanti del Regno Unito. A completamento di questa esperienza il 6 luglio il giornalista **Richard Baudain** ha condotto un webinar rivolto alla stampa dove sono state degustate otto etichette di Lugana Annata e Riserva.

Infine, dal 13 al 15 luglio si è svolto un Business Trip sul territorio della F&B Managers Association di Londra.

“La F&B Managers Association di Londra è stata lieta di visitare la regione vinicola del Lugana per mettere il Lugana sotto i riflettori che merita. I nostri membri rappresentano alcuni dei migliori hotel, club privati e ristoranti sempre alla ricerca di innovazione e capaci di stupire i propri ospiti, sono fiducioso di poterlo trovare anche in Lugana” spiega **Roy Sommer**, presidente della Food & Beverage Managers Association.

Infine, non è mancata la Svizzera: durante il Panel di degustazione, organizzato dalla testata Vinum il 3 luglio, 24 etichette di Lugana, precedentemente selezionate da una giuria di esperti, sono state messe in degustazione alla cieca ad un panel di enoappassionati. I punteggi dei vini degustati verranno raccontati in un articolo dedicato sulla rivista svizzera. Inoltre, tra giugno e agosto 8 enoteche specializzate offriranno il Lugana ai loro clienti e contatti per promuovere al meglio il vino. Si concluderà ad ottobre il percorso con un incoming sul territorio.