



ZENATO®

**Pubblicazione:** Wine News

**Luogo:** Italia

**Data:** 10 luglio 2024

*Wine News*

## Il turismo del vino spinge le vendite in cantina, e il Lugana Doc lancia la guida per l'enoturista

Il canale diretto vale il 15% del fatturato delle aziende (in alcuni casi anche di più), e il Lago di Garda attrae 27 milioni di turisti all'anno

Che il turismo del vino sia qualcosa di forte e dall'appeal in crescita, in Italia, lo dicono i numeri che parlano, in media e secondo le stime, di 14 milioni di turisti per un fatturato di 2,5 miliardi di euro, con tanto di importante adesione tra le varie esperienze proposte dalle cantine. Il legame vino-territorio, declinato in ottica turistica, smuove dunque numeri importanti, genera un indotto che ha ricadute sulle strutture ricettive e le attività di somministrazione, ma è un valore aggiunto anche per le singole cantine attraverso il canale della vendita diretta. Così è anche per il territorio del Lago di Garda, dove si parla di 27 milioni di turisti all'anno, area in cui insiste il Lugana Doc, una delle eccellenze bianchiste del Belpaese, oltre che meta turistica tra le più vocate in Italia. Un terroir che negli ultimi anni è stato al centro di investimenti da parte di cantine tra le più importanti del territorio nazionale ([come abbiamo raccontato in un video WineNews](#)), da realtà storiche dell'Amarone e della Valpolicella come Allegrini e Tommasi, al Gruppo Santa Margherita, tra i gruppi più importanti del vino italiano, senza dimenticare chi, per primo, ha puntato sulla Turbiana in tempi non sospetti, sin dagli anni Sessanta, come Zenato.

La denominazione Lugana, che si sviluppa lungo la piana di origine morenica a Sud del Lago di Garda, racchiusa tra i comuni lombardi di Sirmione, Pozzolengo, Desenzano, Lonato e quello veneto di Peschiera del Garda, è nata nel 1967, ed è la prima ad essere stata riconosciuta in Lombardia e tra le prime in Italia: un territorio ed una storia tutelati dal Consorzio Lugana che ha deciso di attivare il "Progetto enoturismo", dal 2023, facendosi promotore della connessione tra viticoltori e territorio. Per questo motivo il Consorzio ha sviluppato uno strumento da fornire ai visitatori per guidarli nelle esperienze di valore nelle terre del Lugana e del Lago di Garda attraverso una mappa che raccoglie i punti di interesse quali cantine, eventi, parchi, attività che possono arricchire il viaggio del visitatore con esperienze in grado di raccontare la cultura e il fascino di questa zona. In questo modo tutte le realtà della Doc sono rappresentate nella loro offerta enoturistica in un documento di facile consultazione con la raccolta di "gemme esperienziali", tra cantine e attività, distribuita nelle principali strutture ricettive del territorio gardesano.

D'altronde l'enoturismo è divenuto in questi anni un asset centrale del sistema economico: le rilevazioni dell'Osservatorio Economico del Consorzio vedono la vendita diretta contare il 15% dei fatturati delle aziende, con alcune punte che arrivano al 25%, dove la media nazionale è dell'8%. In quest'ottica è stato creato il "Manifesto sull'enoturismo", in Lugana, il cui decalogo ha definito le linee guida per creare un'esperienza di valore per l'enoturista che "entra così nel vivo della nostra quotidianità, fondamentale per parlare della nostra storia, del nostro impegno e della passione che ognuno di noi mette per portare il Lugana in tutto il mondo", ha detto Edoardo Peduto, direttore Consorzio Lugana Doc.

Il Lago di Garda è un territorio da gustare: sulle sue sponde si specchiano vigne, uliveti, montagne, boschi e colline, e l'entroterra racchiude questi tesori in frantoi, cantine e tradizioni che offrono prelibatezze tutte da scoprire. Esperienze che vanno oltre alla semplice degustazione, da percorsi di wellness ad attività sportive a cavallo o in bicicletta, fino ai picnic in vigna e alla wine tasting cruise, piccola crociera sulle sponde del Lago di Garda offerta dalle aziende per sorseggiare un buon calice di Lugana.