



Dal Lago di Garda alle grandi città americane: il Consorzio Lugana DOC promuove il suo bianco negli USA

Destination Lugana è il tour che si è svolto tra New York, Miami e San Francisco per raccontare il bianco gardesano per eccellenza, attraverso degustazioni, masterclass e storytelling

© Articolo di Diana Barrows

Tra le **province di Verona e Brescia**, a sud del Lago di Garda, si sviluppa l'area storica di produzione del Lugana, bianco simbolo del territorio gardesano. In questa valle morenica, formata probabilmente sotto l'azione di un ghiacciaio paleolitico, il Lugana ha la sua sede ideale per prosperare: il lago aiuta a regolare la temperatura, le brezze costanti mantengono l'uva sana e strati di argilla bianca costringono le viti a produrre meno acini.



Le destinazioni di Destination Lugana.

Una lunga storia vinicola che risale al 700

Il vitigno autoctono **Turbiana**, considerato il cuore della denominazione Lugana, è una varietà nobile e resiliente. Spesso accostato al Vermentino, da cui però si distingue geneticamente, si caratterizza per l'elevata acidità, il pH alto, la buccia spessa e il grappolo compatto. Una combinazione che lo rende ideale sia per l'evoluzione che per la spumantizzazione, confermandone la straordinaria versatilità.

Versatile e apprezzato dalla cucina di mare fino al dessert, si distingue per la sua struttura minerale, legata all'origine glaciale del suolo, e per una vibrante freschezza aromatica. È un vino ricco, agrumato e vivace, con sottili note floreali e di mandorla, sapido e sostenuto da un'acidità elevata. Alla vista si presenta con un giallo paglierino brillante dai riflessi verdognoli.

Si declina in **5 tipologie**: Lugana DOC Spumante, Lugana DOC, Lugana DOC Superiore, Lugana DOC Riserva, Lugana DOC Vendemmia Tardiva.



Un momento della degustazione a Miami (Foto © Diana Barrows).

Il Lugana alla conquista degli Stati Uniti

Il Lugana, è già il vino più esportato dalla Lombardia ma il **Consorzio Tutela Lugana DOC** sta portando avanti un importante lavoro di promozione negli Stati Uniti per far conoscere ulteriormente questo vino, come nel caso del progetto “*Destination Lugana*”.

«Destination Lugana non è solo un tour americano: è un manifesto. È il desiderio di portare lontano il nome Lugana e il luogo di produzione, fatto di colori brillanti, vibes di tramonto, piatti di pesce locale e quella sensazione di endless summer che il Lugana sa racchiudere in ogni sorso. Il Lago di Garda è più di una meta turistica: è la nuova destinazione del vino italiano. E noi siamo pronti a raccontarla, un calice alla volta.» – spiega **Edoardo Peduto**, Direttore del Consorzio.

Le cantine partecipanti a *Destination Lugana*

Gli appuntamenti da New York a Miami e San Francisco, sono stati un’esperienza immersiva tra terroir e personalità con la partecipazione di quasi trenta cantine, ciascuna con la propria espressione di Lugana in grado di esaltare le mille sfumature del vitigno.

Ca' Lojera – [Ca' Maiol](#) – Cantina Bertagna – Cantina Cadore – Cantina Franzosi – Cantine Scolari – Citari – Corte Sermana – Dal Biondo – Famiglia Olivini – Le Morette – Marangona – Monte Zovo – Montonale – Ottella – Pasini San Giovanni – Perla Del Garda – Pilandro – Podere Selva Capuzza – Poggio Al Garda – Sansonina – [Seiterre Viticoltori Dal 1877](#) – Sguardi Di Terra – [Tenuta La Presa](#) – Tenuta Rovaglia – Zenato – Zenaglia Vini – Zeni.



Sono circa 30 le cantine che hanno partecipato al tour (Foto © Diana Barrows).

Masterclass & tasting

A guidare gli appuntamenti, voci autorevoli della wine industry americana: **Wanda Mann** a New York, **Jacqueline Coleman** a Miami e **Shelley Lindgren** a San Francisco.

Gli eventi hanno alternato momenti di approfondimento con masterclass dedicate, tasting per scoprire i trenta produttori coinvolti, aperitivi tematici e pairing gastronomici.

«Con Destination Lugana vogliamo rafforzare il nostro dialogo con i mercati strategici, raccontando la versatilità del nostro vino attraverso momenti di incontro autentici e narrando la ricchezza della nostra identità insieme a relatori di grande prestigio e professionalità. – ha aggiunto il direttore **Edoardo Peduto** – In un momento di grande evoluzione e cambiamenti, la nostra presenza negli Stati Uniti rappresenta

un'opportunità per valorizzare il territorio e raccontare il nostro valore a un pubblico sempre più preparato e interessato. Il nostro impegno è costruire relazioni durature con chi opera nel mondo del vino e con chi lo racconta. Ogni tappa del tour è frutto di una pianificazione attenta e meticolosa, pensata per trasmettere la profondità e la qualità della nostra Denominazione, coinvolgendo interlocutori chiave nelle aree che rappresentano per noi un'opportunità di crescita».

Produzione, stili, sostenibilità e posizionamento

Durante la tavola rotonda di Miami è emersa con chiarezza la complessità del mercato statunitense per i produttori italiani. Il sistema di distribuzione a tre livelli – che prevede l'intermediazione obbligata di importatori, distributori e altri operatori – rende difficile l'ingresso di nuovi vini, soprattutto se non appartengono alle categorie italiane già consolidate nella percezione del consumatore americano.

In questo contesto, il **Lugana si presenta come una proposta interessante**: un bianco in forte crescita sul mercato interno, che sta gradualmente costruendo la propria identità anche all'estero. La strategia del Consorzio punta a un'espansione consapevole, senza cedere alla tentazione di competere solo sul prezzo. L'obiettivo, infatti, è affermare il valore del prodotto nel tempo, preservandone il posizionamento e la riconoscibilità piuttosto che rincorrere scorciatoie commerciali.

Il messaggio che arriva forte e chiaro dagli Stati Uniti è che il **Lugana merita uno spazio di rilievo nelle carte dei vini**, sugli scaffali e nei bicchieri dei consumatori più attenti. La sua forza risiede nella capacità di esprimere stili diversi e coerenti, riflesso della filosofia e del carattere di ogni singola cantina. In un panorama globale sempre più orientato alla qualità e alla riconoscibilità territoriale, il Lugana si candida, quindi, a diventare non solo il bianco simbolo del Garda ma uno dei protagonisti della nuova scena internazionale del vino.

Maggiori informazioni: www.destinationlugana.com

Data di creazione

25/06/2025

Autore

redazione