All’Esplanade Tergesteo – Luxury Retreat il calice diventa un biglietto d’invito per i Colli Euganei

scritto da Lavinia Furlani | 4 Novembre 2026

Luca Galletti, barman dell’Esplanade Tergesteo – Luxury Retreat, indica nell’hotel di lusso la prima porta d’ingresso ai Colli Euganei. Un calice al bar, una proposta in carta dei vini e un racconto curato trasformano l’ospite internazionale in enoturista. Il taglio bordolese, nato nell’Ottocento con il conte Corinaldi, esprime l’identità vulcanica del territorio.

I Colli Euganei hanno un problema che conosciamo bene in tanti territori italiani. Il vino c’è, la storia pure, ma fuori dai confini regionali e soprattutto all’estero se ne sa ancora poco. Luca Galletti, barman responsabile del Gold Bar e

Bistro54 presso Esplanade Tergesteo – Luxury Retreat, ha un’idea precisa su come cambiare le cose. E parte da un luogo che spesso dimentichiamo quando parliamo di enoturismo, cioè il bancone di un bar d’albergo.

Un sogno nato nell’Ottocento

Per capire di che vino parliamo bisogna tornare alla seconda metà dell’Ottocento. È allora che dalla Francia arrivano nelle Venezie Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Merlot e Carménère.

Il primo a piantarli in Veneto è il conte Augusto Corinaldi, nella sua tenuta di Lispida. Non si limita a metterli a dimora. Avvia studi per capire quale terreno si adatti meglio a ogni vitigno, chiama enologi stranieri come Lehner, arrivato dalla scuola di Klosterneuburg, la prima scuola viticolo-enologica al mondo. La sua cantina, 2.000 metri quadrati e 30.000 ettolitri di capacità, diventa una delle più grandi del Veneto.

L’obiettivo di Corinaldi era chiaro. Voleva un solo grande rosso, di qualità, capace di competere sui mercati internazionali. Da quel momento Merlot e Cabernet conquistano le colline, e il Merlot diventa il rosso di tutti i giorni dei viticoltori padovani. Il sogno del conte prende forma ufficiale nel 1969, con la nascita della DOC Colli Euganei e del Colli Euganei Rosso.

Un territorio ancora da scoprire

Oggi quel rosso pensato per il mondo il mondo non lo conosce abbastanza. Galletti lo dice senza giri di parole. «I Colli Euganei sono un territorio con un potenziale straordinario, ma ancora relativamente poco conosciuto da una parte del pubblico italiano e, soprattutto, dai visitatori internazionali».

Qui entra in gioco l’ospitalità di lusso. Secondo Galletti non

basta offrire un prodotto d’eccellenza. Chi accoglie ospiti da tutto il mondo deve diventare ambasciatore del territorio. E può farlo con gesti semplici, come un calice di vino al bar, una piccola degustazione, una proposta mirata nella carta dei vini del ristorante.

È una forma di enoturismo che non richiede di caricare l’ospite su una navetta e portarlo in cantina. Comincia dove l’ospite già si trova. Ed è un punto su cui molte strutture ricettive dei territori del vino dovrebbero riflettere.

Saper raccontare fa la differenza

Il calice da solo però non basta. «La vera differenza la fa la capacità di raccontare», spiega Galletti. «Non basta conoscere un vino, bisogna saperlo presentare nel modo giusto, con sensibilità e attenzione alla persona che abbiamo davanti».

A un ospite si può spiegare il vitigno, il suolo, la tecnica di vinificazione. A un altro conviene raccontare una storia, evocare un paesaggio, condividere un aneddoto. L’obiettivo è lo stesso, trasformare un assaggio in un’esperienza e far nascere la voglia di visitare il territorio, magari di tornarci.

«Il lusso non è soltanto offrire qualcosa di esclusivo, ma saper trasmettere il valore di ciò che offriamo», aggiunge. «Quando riusciamo a far innamorare un ospite di un vino, spesso gli stiamo facendo scoprire anche il luogo da cui proviene».

Internazionale ma con un’identità vulcanica

C’è un vino che secondo Galletti racconta bene questo equilibrio, il taglio bordolese. È una filosofia enologica riconosciuta ovunque, eppure sui Colli Euganei il suolo vulcanico e il microclima le danno un’espressione che

appartiene solo a questo luogo. Cabernet e Merlot parlano una lingua internazionale, ma con un accento che non si confonde.

È lo stesso dialogo tra mondo e territorio che Galletti vive ogni giorno all'Esplanade Tergesteo – Luxury Retreat, una struttura che accoglie ospiti di culture e Paesi diversi. «Quando un ospite internazionale arriva da noi non voglio semplicemente offrirgli un grande vino. Desidero che, attraverso quel vino, possa scoprire dove si trova».

Un ponte tra l'ospite e il territorio

Per Galletti è questa una delle responsabilità più belle dell'ospitalità di alta gamma. Usare la qualità del servizio e la sensibilità delle persone per costruire un ponte tra il mondo da cui arriva l'ospite e il territorio che lo accoglie.

Un'esperienza di lusso riuscita, dice, non finisce quando la si vive. Lascia un ricordo, una curiosità, il desiderio di approfondire. «Se dopo aver assaggiato un vino dei Colli Euganei all'Esplanade Tergesteo – Luxury Retreat un ospite decidesse di visitare una cantina, conoscere un produttore o semplicemente raccontare quel vino una volta tornato a casa, avremmo contribuito a far conoscere il nostro territorio nel modo più autentico, attraverso l'esperienza e le emozioni».

Un messaggio che vale ben oltre i Colli Euganei. Le cantine spesso guardano agli hotel come a un canale di vendita. Galletti ci ricorda che possono essere molto di più, la prima porta d'ingresso al territorio.

Punti chiave

1. **Il bancone dell'hotel diventa la prima porta d'ingresso ai Colli Euganei** per l'ospite internazionale.

2. **Calice, degustazione e carta dei vini** avvicinano l’ospite al territorio direttamente in struttura.
3. **Saper raccontare trasforma un assaggio in esperienza** e fa nascere il desiderio di visitare le cantine.
4. **Il conte Corinaldi pianta nell’Ottocento Cabernet e Merlot a Lispida** e il suo sogno diventa DOC nel 1969.
5. **Il taglio bordolese unisce linguaggio internazionale e identità vulcanica**, con un accento esclusivo dei Colli Euganei.