Le Morette: strutturati per un enoturismo in evoluzione

scritto da Emanuele Fiorio | 12 Agosto 2022



Nello splendente contesto del primo entroterra gardesano, all'interno della storica sede di Peschiera del Garda, abbiamo avuto l'occasione di intervistare **Fabio Zenato, Titolare di** Le Morette.

La stagione turistica sul Lago di Garda è al picco, come vi siete preparati per questa stagione e quali sono i riscontri attuali?

Abbiamo lavorato molto a fine inverno per pianificare ospitalità e accoglienza. I turisti sono alla ricerca di esperienze legate al vino ma **vogliono anche conoscere cosa c'è dietro ad un calice**: la storia ed i valori dell'azienda, le motivazioni di alcune scelte di gestione del vigneto e della cantina, le peculiarità e l'importanza che ha la viticoltura per questo territorio.

Abbiamo implementato una serie di **proposte esperienziali** che

permettono ai visitatori di scoprire l'origine del prodotto in vigneto ed in cantina e di approfondire il patrimonio che i vini proposti racchiudono, attraverso i percorsi di degustazione.

Il nostro **nuovo sito web che sarà disponibile online a breve**, prevederà un sistema di prenotazione diretta in grado di agevolare e semplificare le prenotazioni, garantire una organizzazione puntuale e una gestione semplificata ed efficiente. Indirettamente questo è un servizio anche per il sistema turistico gardesano nel suo complesso, perché significa snellire e facilitare la ricerca ed accrescere la soddisfazione degli utenti finali.

Inoltre, abbiamo sviluppato una organizzazione che ci consente di proporre queste esperienze anche due volte al giorno ed **abbiamo inserito nuove figure professionali in grado di organizzare e gestire anche prenotazioni lampo** (con un solo giorno di anticipo). Queste scelte sono frutto di evidenze che abbiamo riscontrato in azienda, il 70% degli enoturisti che visitano il nostro wine shop aziendale ci conoscono ed alcune volte maturano sul momento il desiderio di fare una degustazione o un tour più ampio. Ci piace l'idea di poter soddisfare anche nell'immediato queste richieste.

Stiamo puntando anche sui cicloturisti che, dopo la pandemia, sono aumentati e sono sempre più organizzati. In sella alla sua bici, il cicloturista si gode un punto di osservazione particolare, a diretto contatto con il territorio, ricercando sempre più esperienze legate ai vigneti, al paesaggio e alle sue peculiarità enogastronomiche.

In una recente analisi di Nomisma Wine Monitor emerge che la spesa media nelle aziende vitivinicole del Nord Est per l'acquisto di vino durante una esperienza enoturistica è nettamente più bassa rispetto alle altre zone d'Italia (compreso Sud e isole), in particolare rispetto alle imprese del Nord Ovest. Come interpreta questi dati?

Questi dati sono di facile interpretazione. Il primo elemento da tenere in considerazione è che il valore dei vini nel Nord Ovest è mediamente più alto rispetto al nostro. A questo si aggiunge che molto spesso nei nostri territori la densità delle aziende è più elevata rispetto alle altre zone d'Italia: gli enoturisti di conseguenza, hanno l'opportunità di visitare e conoscere più cantine e pertanto **tendono a suddividere il loro budget, riducendo così la spesa media per azienda.**

È giusto sottolineare anche che alcuni territori, come ad esempio il Piemonte, rappresentano storicamente mete propriamente enogastronomiche e pertanto sono frequentate da visitatori molto più orientati alla cucina e ai vini. Le nostre zone invece, costituiscono principalmente destinazioni culturali e turistiche dove, solo **negli ultimi anni, gli ospiti si sono avvicinati sempre con maggiore interesse alle esperienze in cantina.**

La vostra cantina offre anche una location spaziosa e accogliente, ideale per l'organizzazione di eventi, meeting aziendali, cene e rinfreschi. Avete registrato una ripartenza in questo senso o la situazione è ancora in stallo?

Sì siamo ripartiti, non con le stesse presenze del periodo pre-pandemia, ma dopo l'estate abbiamo già in programma un buon numero di eventi e meeting aziendali.
Stiamo notando che c'è una **discreta tendenza a preferire luoghi che danno più importanza allo spazio esterno e permettono di fare esperienze** e, in questo senso, la degustazione in cantina ha un appeal ineguagliabile.

Le aziende che organizzano meeting ed eventi in cantina, spesso sono alla ricerca di **contesti che stimolano relazioni più interpersonali rispetto ad una sala conferenze tradizionale.** Abbiamo notato nelle nostre ultime richieste che l'utilizzo di spazi interni ed esterni e la possibilità di posizionare la zona relatori più vicina alla platea, favorisce la comunicazione, le relazioni, facilitando il contatto

interpersonale.

Nella recente intervista che le feci in occasione della sua nomina mi parlò di una strategia a due velocità, legata al binomio immediatezza/longevità che caratterizza il Lugana. Ci vuole parlare di questo aspetto per quanto riguarda Le Morette?

Questo aspetto si concretizza nel **lavorare costantemente per garantire la qualità del Lugana di annata** (*Lugana DOC Mandolara*) che rappresenta il 65% del nostro mercato, un vino che si distingue per la sua sapidità, freschezza, facilità di beva e abbinamento gastronomico, ideale per occasioni di socialità e condivisione.
Il *Lugana DOC Riserva* **è espressione di eleganza, ha un carattere intimamente fedele al potenziale del terroir che evolve e si affina con il tempo.** Siamo convinti che sia questo il vino che permetterà al Lugana di aumentare la presenza sulle tavole degli estimatori e di potersi confrontare con i grandi bianchi a livello mondiale.
Il *Lugana DOC Riserva* è destinato infatti a mercati molto evoluti dove sono presenti consumatori raffinati e attenti (Giappone, Belgio, Svizzera). Il *Lugana DOC Mandolara*, il nostro vino-bandiera, rappresenta invece la base del mercato ed è in grado di penetrare nuovi Paesi emergenti in cui la denominazione è ancora poco conosciuta.