

Il Lazio è una regione ricca di bellezze storico,architettoniche, naturali, gastronomiche e anchel'enologia non è da meno, infatti, oltre la cucinasono i vini laziali che si conquistano lo scettro ancheoltre i confini italiani, conquistando anche il piùesigente mercato francese, diretto concorrente,riscuotendo un enorme successo in ambito di eventiinternazionali, come l'Italie à Table, a Nizza. Protagonisti di questa manifestazione sono stati Wineowine.it, portale e-commerce che promuove“grandi vini di piccole cantine” e FoodyExperience con la sua filosofia di turismoesperienziale che ha suscitato grande interesse tra i partecipanti, attratti da tradizioni ed esperienzelocali. Cruciale è anche il ruolo di InternexAgency che accompagna passo passo le aziendelocali fino all'internazionalizzazione, aiutandoleanche nell'individuazione dei bisognidi consumatoriesteri. Fondamentale è stata anche la sinergia conla Camera di Commercio e la Confesercenti, alleatiper creare reti e business, senza il limite deiconfini. Nel corso dell'evento sono state propostediverse degustazioni, con vini di otto etichette dicinque cantine diverse del territorio laziale. Al termine della manifestazione, Wineowine haregistrato un soldout delle bottiglie portate a Nizza,e ordini per decine di vini dei Castelli Romani. AncheFoody Experience ha ricevuto molte richieste diinformazioni, per organizzare tour e vacanzenell'area dei Castelli con la possibilità difare degustazioni presso le cantine. L'esperienzaenologica, infatti, non è più concepita come limitataalla semplice degustazione, ma come qualcosa davivere personalmente, recandosi direttamente neiluoghi dove avviene la produzione delle eccellenzeenologiche. Tra le principali etichette, le piùapprezzate sono state quelle del territorio deiCastelli Romani, in particolare, il Frascati DOCTerso e Superiore DOCG Primo, della Cantina Merumalia. Un'occasione per elevare il percepitodell'intera produzione vinicola dei Castelli, che ingiustamente viene, a volte, etichettata cometropo industriale. A Nizza invece, si sono rivelate“star” dell'evento, andando incontro al gusto deivisitori francesi (e non solo), che hanno percepitoi vini di Frascati non solo come un'eccellenza delLazio, ma anche d'Italia. In particolare i vini dei Castelli Romani, trovano la loro origine in un terreno davvero unico, tra reperti archeologici di inestimabile valore e il suo suolo di origine vulcanica con una tradizione enologica che si perde nella “notte dei tempi”. Gli Antichi Romani, del resto, erano grandi consumatori del prezioso nettare di Bacco. La presenza di questi prodotti enologici, portati da Wineowine, insieme alla vastissima offerta di varie produzioni regionali, hanno quindi contribuito ad alimentare, nella mente dei mercati stranieri, l'idea di vino e gastronomia come vero e proprio fiore all'occhiello, di cui il nostro paese può fregiarsi. “Il mondo estero vede il prodotto made in Italy come un prodotto di eccellenza e l'esperienza del vivere all'italiana come un'esperienza unica e straordinaria. Portare, dunque, i vini laziali e le proposte enogastronomiche nei mercati di prossimità è per noi una sfida molto importante, una scelta fatta in maniera oculata anche per tutelare e supportare in ogni passo le piccole aziende del territorio” ha concluso Francesca Bianconi, CEO di Internex Agency.

[Read More](#)