



Prima edizione del World Amaro Day: gli Amari italiani tra tradizione e innovazione sulla scena internazionale

Esperti, produttori e appassionati riuniti presso gli spazi di Museo Essenza Lucano a Pisticci per celebrare questo simbolo del Made in Italy nel mondo

Pisticci (MT), 28 ottobre 2024 – Si è tenuta oggi la **prima edizione del World Amaro Day**, la manifestazione dedicata al mondo dell'amaro che unisce tradizione, innovazione e cultura. Un evento unico, ospitato negli **spazi di Essenza Lucano - il museo aziendale di Lucano 1894** - che ha riunito produttori, esperti del settore e appassionati per celebrare e promuovere l'amaro come simbolo del gusto e del patrimonio italiano.

A impreziosire ulteriormente la portata dell'evento il messaggio inviato per iscritto dal **Ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso** che ha espresso il suo appoggio a manifestazioni di questo tipo, con l'obiettivo di esaltare e difendere le migliori espressioni del patrimonio enogastronomico italiano.

Un tributo all'amaro: storia e valori culturali.

Il World Amaro Day nasce con l'obiettivo di valorizzare l'amaro non solo come una bevanda da fine pasto, ma come parte del patrimonio culturale e artigianale italiano, strettamente legato alle tradizioni regionali. Attraverso una serie di attività ed esperienze, l'evento ha permesso ai partecipanti di esplorare l'intero processo produttivo, dalle competenze erboristiche, tramandate nel tempo, alla selezione di ingredienti unici.

“Come Gruppo Lucano abbiamo lanciato e promosso questo evento, ma è stato fondamentale il coinvolgimento di aziende che, con le loro storie e dimensioni diverse, hanno risposto alla nostra chiamata rendendo ancor più concreta la consapevolezza delle radici e dell'evoluzione di un prodotto così rappresentativo del nostro Paese. Questa è solo la prima edizione, e guardiamo già al 28 ottobre 2025 quando, da fondatori, passeremo il testimone dell'organizzazione a chi vorrà candidarsi per continuare a celebrare l'amaro” **ha dichiarato Pasquale Vena, Presidente del Gruppo Lucano.**



Dati Nielsen: crescita e trasformazione del mercato degli amari

La giornata è stata arricchita da un intervento di Nielsen, che ha offerto uno sguardo approfondito sul mercato degli amari, evidenziando i cambiamenti nel comportamento dei consumatori e la crescente popolarità di questo prodotto nel mondo della mixology. L'analisi ha rivelato come l'amaro sia apprezzato sia nella sua forma tradizionale, sia come ingrediente di cocktail di tendenza, con un consumo che si estende anche a un pubblico giovane e internazionale. Secondo Nielsen, questo trend di crescita apre nuove opportunità per le aziende del settore, posizionando il World Amaro Day come un catalizzatore per promuovere la categoria e rafforzare l'immagine internazionale degli amari italiani.

L'amaro tra Identità e Innovazione: nuovi scenari e opportunità

Una delle sessioni più coinvolgenti della giornata ha riguardato la discussione sui percorsi di innovazione che stanno trasformando il mondo dell'amaro. Dai formati sperimentali per la mixology alla scelta di ingredienti biologici e locali, si è parlato di come le aziende stiano adattando l'amaro alle nuove tendenze (per esempio, il trend in crescita dei prodotti a basso contenuto alcolico), senza però rinunciare alla fedeltà alle proprie radici. I partecipanti, tra cui esperti di erboristeria e produttori artigianali, hanno condiviso idee su come reinterpretare e preservare la storia dell'amaro, creando un equilibrio tra innovazione e rispetto per la tradizione.

Rafforzare il legame con le comunità locali e promuovere la sostenibilità

Il World Amaro Day non ha solo celebrato l'amaro come prodotto italiano, ma ha anche sottolineato l'importanza della sostenibilità e del coinvolgimento delle comunità locali. Molti produttori hanno condiviso le loro iniziative per la riduzione dell'impatto ambientale e per la promozione di pratiche agricole sostenibili. Questo impegno verso la sostenibilità è stato evidenziato anche nella scelta di ingredienti locali e nella valorizzazione dei piccoli produttori che contribuiscono alla filiera dell'amaro, rafforzando il legame tra il prodotto e il territorio d'origine.

In conclusione, il World Amaro Day si è rivelato una giornata di scambio, celebrazione e consapevolezza, con l'obiettivo di rafforzare la visibilità e la valorizzazione di un prodotto unico che incarna il patrimonio culturale italiano. Grazie a questa iniziativa, il Gruppo Lucano ha gettato le basi per fare del World Amaro Day un appuntamento annuale, volto a unire tradizione e modernità, storia e innovazione, creando un'esperienza di scoperta e passione per l'amaro italiano.

Tra le associazioni e le aziende promotrici che hanno preso parte al progetto, si annoverano: Associazione Nazionale Amaro d'Italia, che ha risposto per prima alla chiamata di Lucano



accogliendo con entusiasmo l'iniziativa, Associazione Marchi Storici d'Italia, Museimpresa, Federvini, Federazione Italiana dei Distributori Horeca - ITALGROB, Gruppo Basko, F.lli Branca Distillerie, Vecchio Magazzino Doganale, Gruppo Montenegro, Gruppo Caffo, Coca Cola Italia HBC, Distilleria Varnelli, Amaro del Tumusso, Amaro Don Carlo, Amaro Trieste, Distilleria Cappellini, Liquori Meletti, Amaro Liborio, Casoni Fabbricazione Liquori, Amaro Kalos Jero, Farmacopea Popolare, Amaro Salento, Distilleria Greco Caroppo, Rossa Sicily, Amaro Penna, Liquorificio Mastr'Antonio, Agroctus Distillati.

About Lucano 1894

Lucano 1894 è la storica azienda che, partita da un liquore nato dalla più profonda tradizione locale, è diventata una dei più importanti gruppi nazionali nella produzione e commercializzazione di spirits.

Amaro Lucano nasce a Pisticci (Matera) a fine '800 grazie all'intuizione del suo giovane fondatore, Pasquale Vena; un amaro dal gusto equilibrato che riscuote un incredibile successo tanto da diventare fornitori ufficiali di Casa Savoia. Dopo un arresto momentaneo dovuto al blocco della produzione per mancanza di materie prime durante la Seconda Guerra Mondiale, il celebre amaro continua la sua espansione passando da azienda locale a realtà imprenditoriale apprezzata in tutta Italia. Amaro Lucano è tra i primi precursori nella pubblicità, con numerosi investimenti in comunicazione su nuovi prodotti e mercati, a partire dal famoso e più conosciuto claim "Cosa vuoi di più dalla vita? Un Lucano!". Oggi Lucano 1894 conta circa 60 dipendenti tra l'headquarter di Milano, i flagship store di Pisticci, Matera e Bari, il museo aziendale "Essenza Lucano", gli stabilimenti di Pisticci Scalo e di Vico Equense dove si produce la Limoncetta di Sorrento.

Dal 1894 ad oggi Amaro Lucano è diventato un grande gruppo industriale, ma ancora fortemente legato alle proprie origini e al territorio lucano. La famiglia Vena, ancora al timone e giunta alla quarta generazione, ha aperto l'ingresso a manager e consulenti di esperienza rimanendo attiva sul mercato internazionale a livello di operazioni straordinarie ed in costante crescita per numeri sul mercato e dati di bilancio.

Amaro Lucano è iscritto al Registro dei Marchi storici, istituito nel 2019 dal Ministero per lo Sviluppo economico e dal 2021 fa parte dell'Associazione Marchi Storici, di cui è socio fondatore.

Ti ricordiamo che in ogni momento puoi esercitare il diritto di opposizione al trattamento dei tuoi dati, ai sensi dell'art. 9 del D.lgs. 9 marzo 2003, ed esercitare tutti i diritti espressamente previsti dal Regolamento 679/2016 scrivendo all' indirizzo e-mail privacy@adstore.it