



PROTAGONISTI - CONSORZI

Roberto Tognella

Il Lago di Garda in uno spumante DOC



LA DOC GARDA VUOLE ESSERE UN ESEMPIO DI DENOMINAZIONE MODERNA IN GRADO DI GARANTIRE ALLE DENOMINAZIONI STORICHE TRADIZIONALI CHE LA COMPONGONO LA MASSIMA VALORIZZAZIONE DELLE TIPOLOGIE DI VINO CHE LE IDENTIFICANO MAGGIORMENTE. LO FA ATTRAVERSO UN NUOVO PROGETTO: LO SPUMANTE GARDA DOC.

Riconosciuta nel 1996, la DOC Garda è nata con lo scopo di valorizzare i vini varietali provenienti dalle produzioni di 10 denominazioni dell'area Gardesana, tra la Lombardia e il Veneto: Valtènesi, San Martino della Battaglia, Lugana, Colli Mantovani, Custoza, Bardolino, Valdadige, Valpolicella, Durello e Soave. La superficie vitata è pari a 31.000 ettari, la maggior parte dei quali coltivati in provincia di Verona (27.889 ha) mentre i rimanenti 3.211 ettari si dividono tra le province di Mantova e Brescia. Racconta il Consorzio Garda DOC il suo direttore Carlo Alberto Panont.

Direttore Panont il Consorzio che lei dirige ha una vocazione spumantistica...

La DOC Garda vuole essere un esempio di denominazione moderna in grado di garantire alle denominazioni storiche e tradizionali che la compongono la massima valorizzazione delle tipologie di vino che le identificano maggiormente. Per questi motivi, la strategia della nuova denominazione Garda DOC impone la scelta spumantistica come identità produttiva. Lo Spumante Garda DOC è la tipologia presentata per il lancio della nuova denominazione ed esprime al meglio le uve, principalmente costituite da Garganega, Chardonnay, Pinot Grigio e Trebbiano. Il principio che regola la produzione spumantistica ha determinato: produzione delle uve e vinificazione nell'area d'origine ed elaborazione delle basi spumante aperta a tutto il Nord Italia per poter condividere questa opportunità con un numero di aziende e gruppi di interesse nazionale.

Numeri, propositi, obiettivi del Consorzio?

Con una vocazione alla qualità che la accompagna sin dalle sue origini, l'area della DOC Garda ha saputo esprimere al meglio la sua vocazione enologica. La denominazione, che ha prodotto 4 milioni di litri imbottigliati nel 2016, si è posta una serie di obiettivi importanti come quello



La DOC Garda ha una superficie vitata pari a 31.000 ettari, la maggior parte dei quali coltivati in provincia di Verona

Lo Spumante Garda Doc si propone come tipologia centrale della denominazione che va a riunire, come denominatore comune, quei 7.000.000 di bottiglie che sono già spumantizzate in zona sotto vario nome



di raggiungere i 20 milioni di litri imbottigliati nel 2020. Un traguardo che si accompagna a un fedele rispetto del territorio, a una produzione di livello e alla tutela di un paesaggio che attira ogni anno un numero crescente di turisti provenienti anche da oltre confine.

Com'è cambiata negli anni la mentalità produttiva delle cantine consociate?

Le cantine che costituiscono l'ossatura storica del Consorzio sono essenzialmente cantine cooperative, dalla Val d'Adige, soave e Alto Mincio, che in venti anni di storia sono profondamente cambiate; molte di loro sono oggi dei gruppi di cantine cooperative presenti nei mercati internazionali. A questi grandi gruppi si sono uniti aziende agricole e imbottiglieri che tutti insieme rappresentano oggi l'80% della produzione. Vi è quindi un'alta rappresentatività di aderenti al Consorzio.

Quale importanza riveste l'innovazione tecnologica e impiantistica in seno al vostro Consorzio?

L'innovazione impiantistica per la produzione di Garda DOC è fondamentale ed è requisito indispensabile per poter produrre in condizioni di controllo e performanti rispetto alla qualità e alla quantità.

Che cosa è importante per voi oggi in un vino?

L'identità, la riconoscibilità, la costanza qualitativa e quantitativa.

Parlava di obiettivi di crescita. Su quali mercati intendete puntare?

Siamo all'inizio di un mercato che ci

porterà ad avere un riferimento in Italia intorno all'area Garda e all'estero sull'asse Germania-Inghilterra. Accrescere l'export è uno degli obiettivi principali del Consorzio Garda DOC. Per crescere all'estero occorre fare dei piani aggregati fra denominazioni e aziende, perché sempre più ci troviamo di fronte a realtà che sono trasversali a più prodotti e a più denominazioni e interessate ai medesimi mercati. Solo una visione d'insieme e di sistema permette di rendersi riconoscibili sul piano del prezzo e della capacità produttiva.

Per quanto riguarda l'Italia?

È per noi un mercato importante, qui il comparto degli spumanti traina il consumo di vino: +9,5% in valore e +6,8% in volume, secondo i dati del Consorzio Garda Doc.

Quali sono le sfide future per il Consorzio?

La sfida del Consorzio è anche una sfida dei consorziati. Crediamo molto nel nuovo progetto Spumante Garda DOC presentato al Festivaletteratura di Mantova.

Una location non casuale...

Mantova è la cultura per eccellenza, già "città italiana della cultura nell'anno 2016", è sede del più importante Festivaletteratura nazionale e terzo d'Europa. Dal punto di vista geografico, Mantova è il terminale del lago di Garda, luoghi accomunati dal grande fiume Mincio che proprio a Mantova crea due bellissimi laghi ricchi di natura e fascino. Per queste ragioni, oltre al fatto che la DOC Garda è sia interregionale (Lombardia e Veneto)

sia interprovinciale – Brescia, Mantova e Verona – il Consorzio Garda DOC ha voluto fortemente Mantova e il Festivaletteratura come momento ufficiale di presentazione del primo spumante Garda DOC con il lancio dell'etichetta "Collezione Brut" che ha accompagnato con le sue bollicine un fitto programma di appuntamenti dal 6 al 10 settembre, primo fra tutti l'inaugurazione del Festivaletteratura il 6 settembre scorso. Lo Spumante Garda DOC si propone come tipologia centrale della denominazione che va a riunire, come denominatore comune, quei 7.000.000 di bottiglie che sono già spumantizzate in zona sotto vario nome, puntando a una crescita ulteriore che ci permetta di essere sempre più presenti sui mercati esteri, utilizzando come trampolino di lancio le sponde del Lago di Garda, meta di turisti da tutto il mondo e in particolare dalla Germania.

La scelta del Consorzio è stata di valorizzare quindi un brand già affermato, Garda, facendolo diventare un vino di successo, individuando nella tipologia spumante il vino in grado di aggiungere altro valore economico e commerciale alle produzioni tradizionali delle dieci denominazioni.

Una battuta sul futuro, per concludere?

Ci piacerebbe creare un'area d'interesse Garda compartecipata da tutte le denominazioni che la compongono per aumentare l'impatto e il valore della nostra zona di produzione che è molto importante per economia e valore del comparto. ■