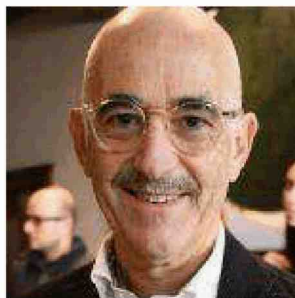


IL NUOVO BRAND**Spumante
Garda doc
un progetto
strategico**

Nasce da un confronto costruttivo tra dieci denominazioni di eccellenza, riunite in un unico brand, il nuovo progetto del Consorzio Garda doc. Si tratta dello Spumante Garda doc, non una semplice «bollicina», ma un programma strategico di valorizzazione di eccellenze Made in Italy. Una sfida che il Consorzio di Tutela ha portato a termine con la modifica del disciplinare di produzione con l'inserimento della tipologia spumante bianco, che deve riportare in etichetta il solo nome della denominazione Garda. «Prevediamo di toccare in breve i 20 milioni di bottiglie, tante quante sono le presenze turistiche nel bacino gardesano», annuncia Luciano Piona, presidente del Consorzio Garda doc.

«Lo Spumante Garda doc si propone come tipologia centrale della denominazione che va a riunire quei 7 milioni di bottiglie già spumantizzate in zona sotto vario nome, puntando a un'ulteriore crescita che ci permetta di essere sempre più presenti sui mercati esteri, usando come trampolino le sponde del Benaco, meta di turisti da tutto il mondo e in particolare dalla Germania». L'export guarda con interesse all'Inghilterra e alla Germania, ma anche all'Italia, dove 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. La superficie della denominazione è di 31mila ettari, la maggior parte coltivati in provincia di Verona

(27.889), i rimanenti 3.211 tra Mantova e Brescia. ●



Luciano Piona