

Wine tourism: Prosecco chi? Arriva sul mercato lo spumante Garda Doc

7 settembre 2017

Vincenzo Chierchia

eno-gastronomia, eno-turismo

Il Sole
24 ORE



Milioni di turisti sul Garda, il lago più conosciuto d'Europa. E così parte una sfida lombardo-veneta alla corazzata Prosecco. Ecco di seguito la nota di presentazione.

Nasce da un confronto costruttivo tra 10 denominazioni di eccellenza, riunite

in un unico brand, il nuovo ambizioso 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 attraverso la modifica

del disciplinare di produzione con l'inserimento della tipologia spumante

bianco che per decreto deve riportare in etichetta il solo nome della denominazione

Garda. E gli obiettivi sono chiari: <<Prevediamo di toccare

in breve tempo i 20.000.000 di bottiglie, tante quante sono all'incirca 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,

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 Benaco,

meta di turisti da tutto il mondo e in particolare dalla Germania>>.

L'export guarda con particolare interesse all'Inghilterra e alla

Germania – dove attende l'importante appuntamento con

ProWein – 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.

Lo Spumante Garda Doc è prodotto nel grande anfiteatro naturale

del Benaco, dalle mani di produttori capaci di esprimere

al meglio l'importante variabilità ampelografica delle **dieci denominazioni**

che compongono la Doc Garda: Valtènesi, San

Martino della Battaglia, Lugana, Colli Mantovani, Custoza, Bardolino,

Valdadige, Valpolicella, Durello e Soave.

La superficie vitata di questa denominazione è pari a **31.000 ettari**, la maggior parte dei quali

coltivati in provincia di **Verona (27.889)** mentre i rimanenti **3.211 ettari si dividono tra le**

province di Mantova e Brescia.

<<La scelta del Consorzio è stata quella di valorizzare 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

– spiega **Carlo Alberto Panont** direttore del Consorzio Garda Doc -. *Per sottolineare l'importanza*

del progetto il Consorzio ha deciso di definirne l'immagine del brand attraverso un concorso

di idee che ha visto la partecipazione di 13 diverse agenzie. Un nome così forte come Garda necessitava

infatti di trovare un segno distintivo importante>>>.

Il merito di aver saputo interpretare al meglio il brand è stato assegnato a O, Nice Design e

Stefano Torregrossa con una grafica che racconta non solo il vino ma anche il suo territorio.

L'onda, resa geometricamente perfetta con un'operazione concettuale, ha valenze multiple

rappresenta il Lago di Garda, ovviamente, ma racconta anche i filari allineati dei vigneti sulle

colline; il movimento delle bollicine.

L'annuncio ufficiale è stato dato nel corso della prima giornata della ventunesima edizione

di Festivalletteratura di Mantova, un appuntamento che in questi giorni tiene a battesimo il

lancio in edizione limitata del Garda Doc Collezione Brut 2016 con una serie di degustazioni

aperte al pubblico.