

anno 8 - n. 35 - 7 settembre 2017



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

VENDEMMIA 2017 PRODUZIONE IN CROLLO

E-COMMERCE

Il 9/9 ritorna la giornata del vino di Alibaba: 120 gli italiani presenti.

Le novità pag. 2

MERCATI

Cresce la domanda mondiale. Italia resta leader in Usa, ma la Francia accelera

pag. 4

DOP

La Doc Garda si presenta: da ottobre il nuovo spumante easy drink che guarda alla Gdo

pag. 8

VENDEMMIA

L'Italia poco sopra i 40 milioni di ettolitri. Le stime impietose di Uiv-Ismea

pag. 16

WORLDTOUR

Il Gambero Rosso si rimette in viaggio. Ecco le nuove tappe e i mercati su cui puntare

pag. 20

CONSORZI. Ecco la nuova Doc Garda, lo spumante che punta a 30 milioni di bottiglie.

a cura di Gianluca Atzeni

Vecchia Doc, ma veste decisamente rinnovata e dall'animo frizzante. La presentazione del nuovo spumante Garda Doc, a Mantova durante il Festivalletteratura, ha detto due cose: la prima è che i produttori di Lombardia e Veneto hanno l'occasione per dare nuova linfa a una Doc scarsamente valorizzata in un panorama vitivinicolo affollato come quello attorno al più grande lago italiano, individuando una tipologia – spumante/frizzante – su cui scommettere; la seconda è che **da ottobre 2017 sul mercato arriverà una nuova bollicina, con caratteristiche non lontane dal Prosecco**, dotata di un brand territoriale forte, come Garda, che dovrebbe rendere questo vino più incisivo, riconoscibile e vendibile. Il Consorzio di tutela della Doc Garda, presieduto da Luciano Piona (azienda Cavalchina) è stato chiaro: *“Sarà un vino di facile approccio, immediato, che non andrà a sovrapporsi alle Doc storiche di queste aree; sarà un vino da Gdo con un buon rapporto qualità/prezzo”*. La forbice al consumo potrebbe essere compresa tra 2,80 e 5 euro.



Nata nel 1996 per dare dignità ai varietali prodotti in zona, la Doc Garda potrà essere rivendicata dai produttori di dieci diverse denominazioni nelle tre province di Brescia, Mantova e Verona: Valtènesi, San Martino della Battaglia, Lugana, Colli Mantovani, Custoza, Bardolino, Valdadige, Valpolicella, Durello e Soave. Il territorio è vasto: 31 mila ettari vitati (27.889 in provincia di Verona). La resa è fissata a 180 quintali/ettaro. Le cantine, in base al nuovo Testo unico del vino, non dovranno declassare i vini, ma operare una riclassificazione orizzontale tra Doc diverse. Le recenti stime elaborate dal confronto tra i consorzi parlano di 7 milioni di bottiglie di vino spumante. Finora, pur avendo basi ampelografiche simili (prevalentemente Garganega, Pinot grigio, Chardonnay, Corvina e Merlot) questi prodotti avevano nomi tutti diversi. È in questo senso che la nuova Doc Garda si pone come *“denominatore comune”*, come unione di

forze che è anche *“chance di equilibrio per l'economia del territorio grazie a una Doc declinata in chiave moderna, innovativa e già brandizzata”*, come osserva il direttore consortile, Carlo Alberto Panont. Le stime più attendibili collocano la Doc a quota 20/30 milioni in alcuni anni ma *“si potrebbe arrivare anche a 50 milioni di bottiglie”*, aggiunge Piona. Non è una cifra campata per aria. Del resto, dietro la Doc Garda ci sono aziende del calibro di Cantina di Soave, Schenk Italia, gruppi come Collis e Giv, le cantine di Custoza e di Castelnuovo del Garda. Il cda del consorzio, con sede a Sommacampagna, la stessa del Consorzio Custoza (di cui lo stesso Piona è presidente), ha scelto di applicare delle quote in base all'imbottigliamento. Coi fondi ricavati si potrà finanziare una campagna di comunicazione, in parte allo studio, che punterà sulla tipologia spumante (anche se il disciplinare modificato prevede rosso, bianco e passato fermi, ma non rosato fermo per non sovrapporsi a Chiaretto di Bardolino e a Valtènesi). *“Saranno presenti alle grandi fiere”* spiega Piona *“di sicuro faremo qualcosa sul nostro territorio dove le presenze turistiche non mancano. E lavoreremo sul settore del bere miscelato”*.



Nel frattempo, **Mantova è stata l'occasione per lanciare il primo step comunicativo**: un logo (vedi foto) scelto tra 40 diverse proposte a seguito di un concorso di idee. Logo che sarà sulle bottiglie da ottobre e che racchiude il vento e le onde del Garda, richiamando alla leggerezza, concetto con cui questo vino vuole affermarsi. E sostenere il territorio. Da un punto di vista economico, infatti, la Doc Garda sarà un'ulteriore possibilità per quei produttori, e quelle denominazioni, che attualmente non navigano a gonfie vele. *“Nessun rischio”* cannibalismo interno, fa sapere il consorzio, che crede in questa strategia, necessaria in un momento in cui crescono i consumi di spumanti. Il treno, infatti, va preso in tempo.