

## Nasce lo spumante Garda: sfida da 20 milioni di litri in cinque anni

Carlo Alberto Panont, direttore del Consorzio Garda Doc: «Valorizziamo un brand già affermato, Garda, facendolo diventare un vino di successo»

di Maurizio Bertera



L'obiettivo – ambizioso ma non impossibile – è arrivare a venti milioni di litri entro quattro-cinque anni. Lo Spumante DOC Garda ha debuttato un mese fa a Mantova ma vuole essere un grande protagonista della prossima stagione enoica a partire dal Pro Wein di Dusseldorf (18-20 marzo) e ovviamente dal Vinitaly veronese (15-18 aprile). Un (grande) occhio al mercato straniero e uno (comunque importante) a quello italiano, che per tutto quanto è bollicina viaggia in controtendenza al vino in generale. Se ne bevono sempre di più, nonostante il calo dei consumi: + 9,5% in valore e + 6,8% in volume. È evidente che il concetto abbia ispirato il Consorzio Garda Doc nell'inserire la tipologia «spumante bianco» nel momento in cui si è scritto il nuovo disciplinare, nel 2016.

«La scelta è stata quella di valorizzare un brand già affermato, Garda, facendolo diventare un vino di successo - spiega Carlo Alberto Panont direttore del Consorzio Garda Doc - e abbiamo individuato nella tipologia spumante quella in grado di aggiungere ulteriore valore economico e commerciale alle produzioni tradizionali». Due righe sulla Garda DOC: è nata nel 1996 con lo scopo di valorizzare i vini varietali provenienti dai vigneti 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. Per sottolineare l'importanza del progetto, il Consorzio ha deciso di definirne l'immagine del brand attraverso un concorso. Ha vinto O, Nice Design e Stefano Torregrossa con una grafica che racconta non solo il vino ma anche il suo territorio. «Chi pensa sia un'operazione a rischio per le singole Doc non ha capito, è esattamente il contrario: si dà la possibilità a ogni cantina dell'area di realizzare il «suo» spumante a patto di rispettare il disciplinare, affiancandolo ai prodotti tradizionali. I vantaggi mi sembrano evidenti» sottolinea ancora Panont.

**È una sfida interessante, visto che si parte da 5,3 milioni di litri annualmente spumantizzati** – sotto vario nome — nella zona di produzione per un totale di circa 7 milioni di bottiglie. «Questa scelta strategica, sia in termini di prodotto che di comunicazione, obbliga anche ad un confronto costruttivo tra le denominazioni, singole con la Garda Doc – sottolinea Luciano Piona, presidente del Consorzio - alcune sono di fama mondiale e di grande storicità, quindi occorrerà sviluppare un attento lavoro di definizione degli ambiti e delle specificità di ciascuna nei confronti dell'altra. Mi piace pensare al nostro bellissimo territorio come ad un castello dove la Garda doc rappresenta le mura e le torri sono le denominazioni storiche». La parola ai castellani