

Garda Doc, una sfida spumante

Il nuovo vino di Verona, Mantova e Brescia punta ai 20 milioni di litri imbottigliati

di LUCA GHIRARDINI



Il nuovo vino Garda Doc ha scelto Mantova per il suo lancio in grande stile: il palcoscenico del Festivalletteratura era in grado di attirare l'attenzione sulla neonata etichetta, che punta all'ambizioso obiettivo di arrivare a 20 milioni di litri imbottigliati entro il 2020.

Presidente e direttore del Consorzio Garda Doc, rispettivamente Luciano Piona e Carlo Alberto Panont, hanno chiarito subito la loro strategia: se si parla di Garda Doc, si identifica "quel" vino, e non più una moltitudine di tipologie come avveniva finora. E "quel" vino è uno spumante di qualità, che può essere bianco o rosè, ottenuto col metodo Martinotti (chiamato anche Charmat) o col metodo classico, utilizzando le uve di una superficie vitata che si estende per 31mila ettari tra le province di Verona, Brescia e Mantova.

Le uve sono quelle già prodotte nel territorio del Garda: Garganega, Pinot Grigio e Chardonnay per i bianchi, Corvina e Merlot per i rosè (che possono essere ottenuti solo da uve rosse). «La spumantificazione è una procedura particolare - chiariscono Piona e Panont -, anche lo Champagne è ottenuto da uve diverse, sia rosse che bianche, utilizzate da sole o con diverse combinazioni». Lo stesso potrà avvenire per il Garda Doc, che punterà molto sul nome Garda soprattutto per invogliare la clientela nordeuropea - abituale frequentatrice del lago - e su una fascia di mercato che è in forte crescita, quella degli aperitivi e del miscelato (in versione spritz, insomma). La stessa fascia, insomma, che ha portato il Prosecco a raggiungere livelli di vendita sempre più elevati.

Se il Garda Doc sarà solo “quel” vino, cosa accadrà alle denominazioni che avevano il nome Garda al proprio interno? A partire da “Garda Colli Mantovani”, la denominazione che riguardava i nostri colli morenici. Con il nuovo disciplinare, ora si parlerà solo di “Colli Mantovani”, che resterà una delle dieci denominazioni storiche dell’area del Garda (le altre sono Valtenesi, San Martino della Battaglia, Lugana, Custoza, Bardolino, Valpolicella, Valdadige, Durello e Soave), potendo valorizzare al meglio la propria vocazione a produrre i suoi classici vini.

Il Garda Doc non è, tuttavia, un vino che spunta all’improvviso: già moltissime aziende delle tre province realizzavano le loro “bollicine bianche”, circa sette milioni di bottiglie, chiamando però i vini nei modi più diversi. Ora è un solo vino, con un brand unificato, risultato di un concorso di idee che ha visto la partecipazione di tredici agenzie e che ha visto premiata la proposta della “O, Nice Design” di Stefano Torregrossa. Il Garda Doc sarà caratterizzato graficamente da un’onda, che vuole ricordare chiaramente il Lago di Garda, ma anche i filari allineati dei vigneti delle colline.

«È un vino nato per unire l’enologia delle tre province - sottolineano Piona e Panont - e promuovere lo stile Garda. Si vuole offrire un vino che incarna i valori-simbolo del Lago di Garda: divertimento, convivialità, stile di vita, cultura e bellezza. L’enologia è già un elemento trainante dell’economia e del turismo locale e i produttori sono riusciti a interpretare le esigenze del consumatore moderno, sposando le sue filosofie di consumo, tra cui l’attenzione alle bollicine da degustare a tutto pasto o in un momento come l’aperitivo. Ecco che il Consorzio, allora, ha portato a termine 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».

L’operazione è lanciata, nella presentazione alla stampa nei giorni del Festivalletteratura, al ristorante Il Cigno, Tano Martini ha dimostrato come il nuovo vino si possa abbinare al meglio alla cucina mantovana. Ora si attende la prova del mercato.