



comunicazione

LA CUCINA
ITALIANA

NEWS

Garda DOC cresce del 46%: ora i vini del Garda puntano in alto

Aumenta la produzione di Garda Doc e il consorzio si prepara ad affrontare le sfide del mercato puntando su dinamismo, alta qualità e legame con il territorio



di Giada Bellegotti

7 giugno 2024



Dinamismo, alta **qualità** e legame con il **territorio**: sono queste le carte da giocare per il **consorzio Garda DOC**, che constatato l'aumento della produzione di vino del 46% dal 2017 ora è più che mai deciso a mettere in campo tutte le sue forze per crescere.

È quanto emerso nell'ambito dell'evento "Garda Wine Stories" organizzato il 6 giugno alla Dogana Veneta di Lazise, in provincia di Verona. Il Presidente del Consorzio, Paolo Fiorini, ha aperto la giornata con i saluti istituzionali. Si sono poi alternati gli interventi di Eugenio Pomarici del Centro per la Ricerca in Viticoltura ed Enologia degli Studi di Padova e a seguire di Angelo Zago, del Dipartimento Scienze Economiche dell'Università di Verona.



comunicazione

La strategia di Garda DOC

Lo studio realizzato dal team di Eugenio Pomarici ha evidenziato il dinamismo e il potenziale del sistema vitivinicolo **Garda** DOC, una Denominazione che si è affermata sia sul mercato nazionale che internazionale.

L'espansione significativa dell'area coltivata e del numero di viticoltori testimonia una **crescita quantitativa** notevole: **+46%** dal 2017, con una produzione che ha superato i 410.000 quintali di uva nel 2023. Inoltre, è stata evidenziata l'importante capacità di innovazione e diversificazione del Garda DOC, con una **vasta gamma di vini** che rispondono alle diverse esigenze del consumatore moderno, evidenziando un **aumento impressionante del numero di bottiglie** prodotte, che è passato da 6,1 a 18,6 milioni in sei anni.

Il focus ha inoltre sottolineato la forza del brand "Garda", che evoca immediatamente la bellezza e le caratteristiche uniche del lago di Garda.

Le sfide del consorzio

Tuttavia, ha anche messo in rilievo alcune sfide, come la mancanza di specificità distintiva della denominazione, che rende necessaria una maggiore focalizzazione sulle varietà **Chardonnay** e **Pinot Grigio** anche per un posizionamento più alto nel mercato. La strategia proposta per superare queste sfide include l'intensificazione delle attività di promozione e valorizzazione da parte del Consorzio, la collaborazione con il turismo locale e la creazione di una rete tra produttori e operatori turistici, che possa rafforzare l'immagine del vino legato al territorio del lago di Garda.

L'analisi web

Il secondo intervento della giornata ha visto invece come relatore Angelo Zago, che ha presentato un'analisi approfondita sull'interesse verso i vini Garda DOC basata su ricerche effettuate su Google. Il progetto di ricerca, finanziato dal CT Garda Doc, esplora come utenti di vari Paesi europei e alcune regioni italiane ricercano termini legati ai vini veronesi, in particolare quelli del Garda DOC. I risultati mostrano che "Garda" è il termine più ricercato tra le principali Denominazioni veronesi e che nelle categorie specifiche delle "bevande alcoliche", Paesi come Austria, Germania e Inghilterra mostrano il maggiore interesse verso i vini Garda DOC. Questo interesse è particolarmente forte anche nelle regioni italiane menzionate, dove **Garda supera altre denominazioni come Valpolicella e Lugana**. Il progetto intende proseguire esplorando il ruolo del turismo nello stimolare ulteriormente l'interesse per questi vini e valutare lo sviluppo di strumenti predittivi che aiutino a concentrare le attività promozionali nelle aree di maggiore interesse.

"Questi interventi – chiude il Presidente Fiorini - non solo confermano la popolarità dei vini Garda DOC a livello nazionale e internazionale, ma offrono anche fondamentali spunti per future strategie di marketing e promozione, al fine di valorizzare in modo crescente e sinergico il legame tra il territorio del Garda e il suo prestigioso prodotto vinicolo".