

# Garda Doc: crescita, diversificazione e nuove sfide strategiche

scritto da Fabio Piccoli | 22 Ottobre 2024



Lo studio sulla denominazione Garda DOC rappresenta un'analisi dettagliata delle sue dinamiche produttive, dalla crescita delle superfici vitate alla diversificazione dell'offerta. Questo rapporto evidenzia le sfide di un'identità frammentata e la variabilità dei prezzi, ma sottolinea il grande potenziale dell'enoturismo, offrendo spunti strategici per rafforzare il posizionamento sul mercato e l'attrattività turistica.

Come ho già sottolineato in un articolo pubblicato su *Wine Meridian* – dal titolo [\*Garda, i vantaggi di una denominazione "contemporanea"\*](#) – subito dopo la conclusione del convegno di presentazione della ricerca sulla denominazione del Garda DOC,

condotta dal gruppo di lavoro coordinato dal prof. Eugenio Pomarici del CIRVE – Università degli studi di Padova, questo studio rappresenta una delle più complete e dettagliate analisi mai realizzate su una denominazione di origine italiana. Un lavoro necessario per fornire strumenti strategici adeguati a chi vuole affrontare la **gestione e lo sviluppo di una denominazione**. Un plauso particolare va al presidente del Consorzio di tutela del Garda DOC, **Paolo Fiorini**, e al suo direttore, **Carlo Alberto Panont**, per aver dimostrato lungimiranza e consapevolezza nel voler analizzare a fondo i fattori identitari e le leve di sviluppo della denominazione, comprese le criticità.

## Elementi strutturali quantitativi

Il report evidenzia che nel 2023 la superficie vitata a uve destinate alla produzione di Garda DOC ha raggiunto i 2.124 ettari, un incremento significativo rispetto agli anni precedenti. Il numero di viticoltori è salito a circa 2.550, con una crescita del 20% rispetto al 2017. Questo aumento è stato accompagnato da una **crescita ancora più marcata della produzione**, che ha visto un +46% in termini di quantità di uve prodotte, raggiungendo i 410.000 quintali.

La concentrazione della produzione rimane elevata, con quattro aziende che vinificano il 70% del vino totale prodotto. Questo dato riflette una **tendenza comune nelle grandi denominazioni**, dove **pochi grandi operatori controllano una parte significativa del mercato**. Tuttavia, sono ben 124 le aziende imbottigliatrici attive nel 2023, con un volume complessivo di oltre 18,6 milioni di bottiglie, un incremento del 246% rispetto a sei anni fa, quando il volume imbottigliato era di soli 5,4 milioni.

Questa crescita esponenziale, insieme alla diversificazione dell'offerta, è uno degli elementi chiave per comprendere la dinamica evolutiva della denominazione Garda DOC, la quale ha visto espandersi sia la propria quota sul mercato interno che

la penetrazione sui mercati internazionali.

## Struttura della gamma di offerta

Uno degli aspetti più interessanti della denominazione Garda DOC è la sua **ampia e diversificata gamma di offerta**. Secondo il disciplinare, sono ammesse ben 13 specificazioni varietali, oltre alla **possibilità di produrre spumanti sia bianchi che rosé**.

Il vino bianco fermo rappresenta la parte più consistente della produzione, coprendo circa il 76% del totale. Al suo interno, i varietali come il **Chardonnay** e il **Pinot Grigio** sono i più rappresentati, con il primo che da solo costituisce il 29% della produzione totale. Nonostante il calo dei vini rossi, la produzione di spumanti e frizzanti mostra segni di ripresa, rispondendo alla crescente domanda di vini freschi e leggeri, particolarmente apprezzati dai consumatori moderni.

La flessibilità dell'offerta permette al Garda DOC di rispondere alle esigenze di diversi mercati, da quello domestico a quelli internazionali. Tuttavia, questa grande varietà potrebbe creare confusione tra i consumatori e rappresenta una sfida per l'affermazione di un'identità chiara e definita della denominazione.

## Prezzi

Uno degli elementi cruciali per il posizionamento sul mercato del Garda DOC è la sua capacità di coprire diverse fasce di prezzo, offrendo soluzioni per una vasta gamma di consumatori. I prezzi variano notevolmente, con alcune aziende che forniscono private label per la grande distribuzione a meno di 3 euro a bottiglia, mentre altre posizionano i loro prodotti nelle fasce **premium** (6-9 euro) e **super premium** (oltre i 9 euro).

Il rapporto qualità-prezzo è particolarmente competitivo nella

fascia “popular” (tra i 3 e i 6 euro), dove i vini Garda DOC si confrontano con altre denominazioni storiche italiane, offrendo un’alternativa valida e accessibile. Tuttavia, l’eccessiva variabilità dei prezzi potrebbe indebolire il posizionamento della denominazione, rendendo difficile creare un’identità coerente e riconoscibile per i consumatori.

## **Le opportunità per la Garda DOC: l’enoturismo**

Uno dei settori con maggiore potenziale di crescita per la denominazione Garda DOC è senza dubbio l’enoturismo. Con la sua posizione privilegiata attorno al Lago di Garda, uno dei bacini turistici più visitati d’Europa, la DOC Garda può beneficiare dell’afflusso di oltre **27 milioni di turisti** ogni anno.

Secondo il report, il 38,5% delle aziende imbottigliatrici della denominazione ha già integrato un’offerta enoturistica, sfruttando la vicinanza a famose località turistiche. Tra le principali motivazioni che spingono i visitatori a partecipare alle attività enoturistiche, spicca la curiosità verso i vini di altre denominazioni prodotte dalle aziende (50%), seguita dall’interesse per i vini Garda DOC (29%). Inoltre, il 71,4% delle aziende ha riportato un aumento delle visite, con i periodi di maggiore affluenza concentrati tra aprile-giugno e luglio-settembre.

L’enoturismo offre dunque una grande opportunità per rafforzare l’immagine della denominazione, promuovendo un legame più stretto tra il vino e il territorio. Creare una rete collaborativa tra produttori, tour operator, strutture ricettive e ristoranti potrebbe essere la chiave per valorizzare ulteriormente l’enoturismo nella zona e trasformare il Garda DOC in un marchio sinonimo di eccellenza enogastronomica e turistica.

In conclusione, la denominazione Garda DOC presenta una

struttura produttiva solida e diversificata, con un potenziale di crescita significativo, specialmente nel settore dell'enoturismo. Tuttavia, per cogliere appieno queste opportunità, sarà necessario affrontare alcune delle debolezze evidenziate nel report, come la mancanza di una specifica identità e il rischio di una eccessiva frammentazione dell'offerta.

---

## Punti chiave:

1. **Crescita produttiva:** Nel 2023, la superficie vitata del Garda DOC ha raggiunto 2.124 ettari con un aumento del 46% nella produzione di uve.
2. **Concentrazione del mercato:** Il 70% del vino prodotto è vinificato da quattro aziende, mentre il numero di imbottigliamenti è cresciuto significativamente.
3. **Ampia diversificazione:** Garda DOC include 13 specificazioni varietali, con una predominanza di vini bianchi fermi, che coprono il 76% della produzione.
4. **Prezzi variabili:** La denominazione copre una vasta gamma di fasce di prezzo, con una particolare competitività nella fascia "popular" (3-6 euro).
5. **Enoturismo in crescita:** Con il 38,5% delle aziende che offre servizi enoturistiche, l'afflusso turistico del Lago di Garda rappresenta una grande opportunità per la denominazione.



Finanziato  
dall'Unione europea



PSR LOMBARDIA  
L'INNOVAZIONE  
METTE RADICI



Regione  
Lombardia

