

# Garda, i vantaggi di una denominazione “contemporanea”

scritto da Fabio Piccoli | 2 Luglio 2024



L’Italia del vino ha molti “complessi”, tra questi quello dell’aver sempre avuto **paura, sottostimato le potenzialità**, i valori delle cosiddette denominazioni ad “ombrellino” quelle cioè che abbracciano un territorio ampio coinvolgendo al suo interno **più Doc**.

Un paradosso e un grave errore, dal mio punto di vista, originati, da un atavico pregiudizio: **tutto ciò che è grande è negativo**.

E a forza di pensarla in questo modo si è rallentato o comunque ridimensionato il **possibile sviluppo**, sfruttamento di denominazioni che potevano rappresentare un’ottima opportunità per molti nostri territori produttivi.

Una testimonianza preziosa dei valori e delle opportunità che

può offrire una denominazione "grande" ci è arrivata recentemente dalla **Doc Garda** che si è raccontata in maniera assolutamente trasparente attraverso una approfondita analisi realizzata dal gruppo di ricerca coordinato dal prof. **Eugenio Pomarici** del Centro per la ricerca in viticoltura ed enologia (Cirve) dell'Università degli studi di Padova. Una ricerca veramente preziosa presentata il 6 giugno scorso presso la Dogana Veneta di Lazise (Verona).

Dalla ricerca sono emersi numerosi aspetti e spunti di riflessione che potremmo sintetizzare in **7 punti**:

**1. Storia e contesto della Doc Garda:** La Doc Garda è una denominazione giovane, riconosciuta nel 1996, che copre un'ampia area attorno al Lago di Garda, tra Lombardia e Veneto, comprendendo dieci denominazioni storiche.

**2. Crescita e innovazione:** Negli ultimi anni, i vini della Doc Garda hanno mostrato una crescita significativa, con un aumento della produzione del 46% dal 2017 al 2023 e una diversificazione della gamma. La Doc si distingue per la capacità di innovazione e la varietà della sua offerta.

**3. Offerta variegata:** La Doc Garda produce una gamma di 13 specificazioni varietali e vini spumanti sia bianchi che rosé. La produzione è dominata dai vini bianchi (76%), con il Garda Chardonnay e il Garda Garganega Pinot Grigio come varietà principali.

**4. Prezzi e posizionamento:** I vini della Doc Garda sono posizionati su fasce di prezzo diverse, da entry-level a premium e super-premium, in competizione con altre denominazioni storiche.

**5. Analisi SWOT:** L'analisi *SWOT* ha rivelato che, sebbene ci siano ampie possibilità di crescita, la Doc Garda soffrirebbe di una **mancanza di identità specifica** e di un **posizionamento di prezzo non ben definito**. Le strategie future dovrebbero focalizzarsi su alcune varietà principali come Chardonnay e

Pinot Grigio, supportate da una comunicazione mirata e progetti di ricerca.

**6. Opportunità di collaborazione:** La creazione di una rete collaborativa tra produttori, tour operator, strutture ricettive e ristoranti potrebbe **promuovere l'enoturismo** e migliorare la visibilità internazionale della denominazione.

**7. Minacce e sfide:** La Doc Garda deve affrontare le minacce generali del settore vinicolo, come il cambiamento climatico e la riduzione dei consumi, oltre a possibili operazioni speculative che potrebbero **influenzare negativamente i prezzi**.

Sono talmente tanti gli spunti che offre la ricerca del Cirve che saranno inevitabilmente oggetto di alcuni articoli da parte mia perché ritengo che siano una **straordinaria opportunità** per riflettere non solo sul futuro della Garda doc ma di come possiamo “sfruttare” al meglio una denominazione.

In questo primo articolo vorrei soffermarmi sul rischio che una denominazione come Garda doc sia priva di un'identità specifica. Dalla **ricerca frutto** di numerosi confronti con gli stakeholder della denominazione è emersa questa mancanza ma io ritengo sia molto utile chiedersi se questo percepito è “interno” alla denominazione od “esterno”.

Io mi permetto di ipotizzare che si tratta esclusivamente di una **percezione interna** che poi inevitabilmente si trasferisce all'esterno, sul mercato.

Se guardiamo la realtà senza pregiudizi ci accorgiamo che invece non solo la Garda doc abbia un'**identità ben definita** ma è anche perfettamente **coerente** alle attuali dinamiche dei mercati e del prossimo futuro.

Se però partiamo dal pregiudizio che l'unica identità possibile e riconoscibile per una denominazione sia quella di avere un'**unico vitigno**, un **territorio limitato**, un'**unica tipologia di vino prodotto**, una **condizione pedoclimatica**

assolutamente omogenea, allora è chiaro che si arriva alla conclusione di “mancanza di identità specifica”.

E, scusate se mi ripeto, è qui che sta l'**errore** che poi porta purtroppo a delegittimare tante, troppe nostre denominazioni e a portarle ad avere un posizionamento al di sotto di quello che potrebbero vedersi riconoscere.

Per questo faccio un plauso sincero al Consorzio di tutela del Garda doc che ha avuto il **coraggio** di accendere dei riflettori sulla propria denominazione senza omissioni e il quadro che è emerso è assolutamente positivo perché ha evidenziato delle potenzialità così elevate che mi auguro possano essere capitalizzate al meglio.

Affinché però ciò avvenga è determinante un fattore, senza il quale diventa impossibile capitalizzare potenzialità così evidenti: **essere coscienti, consapevoli della propria identità e apprezzarla senza riserve**, valorizzarla senza timori o complessi. Non significa non essere coscienti dei limiti, che sono sempre presenti in qualsiasi denominazione, ma **sfruttare appieno i tanti punti di forza**.

