

Famiglia Togn di Gaierhof: la rivoluzione dei vini LOAL

scritto da Stefano Montibeller | 30 Giugno 2025



Gaierhof presenta LOAL, una nuova linea di vini a bassa gradazione che punta a conquistare i giovani con gusto, freschezza e autenticità. Non de-alcolati, ma creati per nascere leggeri, questi vini offrono un'alternativa moderna e consapevole, ispirata a una storica intuizione enologica di famiglia risalente agli anni '70.

In un mercato del vino sempre più segmentato e attento a nuove esigenze di consumo, c'è chi insegue le mode e chi, invece, le anticipa attingendo dalla propria storia. È il caso di Gaierhof, storica cantina trentina della Piana Rotaliana, che ha recentemente lanciato una nuova linea di vini a bassa gradazione alcolica. Non si tratta, però, di prodotti de-alcolati, ma di una **precisa scelta enologica** che affonda le radici in un'intuizione di famiglia risalente agli anni '70.

Per capire la genesi, la tecnica e la visione commerciale di questo progetto, abbiamo incontrato Martina Togn, che insieme alle sorele guida l'azienda.

Martina, Gaierhof lancia una linea di vini “LOAL”. In un momento in cui si parla molto di de-alcolizzazione, la vostra è una strada diversa. Da dove nasce questa idea e qual è la filosofia che la sostiene?

“L’idea non nasce oggi, ma è l’evoluzione di un nostro prodotto storico: il Moscato Giallo. Fu mio padre, a fine anni ’70, a creare un moscato ispirato allo stile tedesco della Süßreserve, ovvero conservando una parte di mosto non fermentato da aggiungere prima dell’imbottigliamento per preservarne l’aromaticità e la freschezza. Quel vino, con la sua iconica bottiglia ispirata alla bocksbeutel, ha segnato una generazione, diventando per molti il primo approccio al mondo del vino, una sorta di rito di passaggio.

Oggi, analizzando il mercato, ci siamo resi conto che i giovani, ma non solo loro, si stanno allontanando da vini percepiti come troppo complessi e impegnativi. Volevamo riavvicinarli, offrendo un prodotto piacevole e moderno, ma senza snaturare l’essenza del vino. Abbiamo studiato a fondo il mondo dei de-alcolati, ma abbiamo concluso che non è la nostra strada, né quella che appartiene all’identità del Trentino. La nostra scelta è stata quindi quella di tornare a quella filosofia originaria: produrre un vino autentico, che nasce leggero in vigna e in cantina. **Non è un vino a cui abbiamo tolto qualcosa, ma un vino nato per essere così.”**

Parliamo proprio della tecnica. Come si

ottiene un vino a 9 gradi di alcol in modo naturale, senza ricorrere a processi di de-alcolizzazione?

“Il segreto sta nel combinare la scelta delle uve con la tecnica che mio padre sperimentò decenni fa, il tutto all'interno del disciplinare della IGT Vigneti delle Dolomiti, che ci permette di operare con un potenziale alcolico di partenza più basso. Per il bianco utilizziamo le stesse basi che destiniamo agli spumanti, come Chardonnay e Pinot Bianco, che vengono vendemmiate in anticipo e hanno quindi una gradazione contenuta e una spiccata acidità. Per il rosato, abbiamo scelto la Schiava, un vitigno storicamente leggero e beverino, con una piccola aggiunta di Lagrein per dargli struttura.

Il passaggio cruciale, come per il nostro moscato, è **l'aggiunta di mosto dolce non fermentato** prima dell'imbottigliamento. Questo non solo abbassa la gradazione alcolica finale, portandola a 9°, ma conferisce anche una naturale e piacevole dolcezza – siamo sui 15 g/l di residuo zuccherino, contro i 60 del moscato – che bilancia perfettamente l'acidità ed esalta i profumi. È un processo che richiede grande precisione, ma che ci permette di offrire un vino integro, espressivo e soprattutto non manipolato.”

Un prodotto così innovativo richiede una strategia commerciale e di comunicazione altrettanto precisa. A chi vi rivolgete e quali sono le sfide principali per posizionare questa nuova linea sul mercato?

“Il nostro target è volutamente ampio. Da un lato, ci rivolgiamo ai consumatori più giovani, offrendo loro

un'alternativa di qualità ai cocktail e un primo passo verso il vino che non sia intimidatorio. Dall'altro, pensiamo a tutti coloro che, per varie ragioni, cercano un vino meno alcolico da godersi in diverse occasioni, magari a pranzo o per un aperitivo, senza sentirsi appesantiti. In un certo senso, è anche una risposta alla 'crisi' di certi vini rossi, diventati troppo potenti e strutturati per un consumo disinvolto.

La sfida più grande è la comunicazione. Il termine 'bassa gradazione' può generare confusione con i de-alcolati, quindi il nostro compito è **educare il mercato a capire la differenza sostanziale**. Stiamo lavorando per posizionare la linea non solo nei canali tradizionali, dove la collocazione a scaffale è un tema delicato, ma anche in contesti nuovi come la mixology. Questo è un prodotto che rompe gli schemi e per questo dobbiamo essere noi i primi a uscire dai canali classici del vino per raggiungere un pubblico diverso."

La scommessa di Gaierhof sui vini LOAL è una risposta strategica e intelligente alle nuove dinamiche di consumo. Invece di seguire la tendenza della de-alcolizzazione, l'azienda trentina sceglie una via più autentica, attingendo alla propria storia enologica per innovare.

La chiave del progetto non è la tecnologia, ma la tecnica: non si sottrae alcol, ma si progetta un vino per nascere naturalmente leggero. Il successo di questa linea dipenderà dalla capacità di Gaierhof di comunicare questa differenza fondamentale, educando il mercato a riconoscere il valore di un "**vino nato leggero**" rispetto a uno "**reso leggero**". Se ci riuscirà, non avrà semplicemente lanciato un nuovo prodotto, ma indicato una via matura e credibile per il futuro del bere consapevole.

Punti chiave:

1. **Origine storica:** LOAL nasce dal Moscato Giallo di famiglia creato con mosto dolce non fermentato.
2. **Tecnica naturale:** I vini mantengono 9° alcolici grazie a uve raccolte precocemente e mosto aggiunto.
3. **Target giovane:** Prodotto pensato per i giovani e chi cerca leggerezza senza rinunciare al gusto.
4. **Comunicazione chiave:** Educare il mercato alla differenza tra vini nati leggeri e quelli manipolati.
5. **Canali innovativi:** spazio anche alla mixology, LOAL si propone anche in contesti nuovi, oltre i tradizionali canali di vendita.