Garda DOC punta sui vini low alcol: 23 milioni di bottiglie e una strategia per i mercati internazionali

scritto da Redazione Wine Meridian | 8 Giugno 2026



Il Consorzio Garda DOC ha riunito a Lazise esperti, giornalisti e Master of Wine per analizzare il futuro della denominazione tra low alcol e nuovi trend di consumo. Con 23 milioni di bottiglie nel 2025 e un disciplinare pionieristico, la DOC punta su versatilità, qualità e innovazione per conquistare i mercati britannico e tedesco.

Una denominazione in forte crescita, capace di interpretare i cambiamenti del mercato e di guardare alle nuove esigenze dei consumatori internazionali. È questo il messaggio emerso dal convegno **“Garda DOC: strategie di crescita e percezione nei**

mercati internazionali. Low alcol, versatilità e nuovi trend di consumo”, promosso dal Consorzio Garda DOC presso la Dogana Veneta di Lazise. L’incontro ha riunito studiosi, giornalisti e opinion leader internazionali per approfondire il ruolo che i vini a basso contenuto alcolico e le nuove tendenze di consumo potranno avere nello sviluppo futuro della denominazione.

“Affrontare oggi il tema dei vini a basso contenuto alcolico significa leggere con attenzione l’evoluzione della domanda internazionale, comprendere i nuovi stili di consumo e anticipare i cambiamenti che stanno interessando il settore vitivinicolo a livello globale” ha dichiarato **Paolo Fiorini, Presidente del Consorzio Garda DOC.** “Sempre più consumatori ricercano vini versatili, contemporanei e coerenti con un approccio al bere più consapevole, senza rinunciare alla qualità, all’autenticità e al legame con il territorio. In questo scenario il ruolo di una denominazione è quello di interpretare il cambiamento con responsabilità e visione strategica, trasformando le nuove tendenze in opportunità di crescita per le imprese. Come Consorzio siamo stati la prima denominazione italiana a introdurre nel disciplinare una tipologia a gradazione ridotta, una scelta pionieristica che testimonia la volontà della DOC Garda di innovare e di fornire ai produttori strumenti concreti per rispondere alle richieste dei mercati internazionali, rimanendo al tempo stesso saldamente ancorata ai propri valori identitari. È proprio con questo spirito che nasce questo convegno all’interno di Garda Wine Stories: un progetto che non vuole limitarsi alla promozione della denominazione, ma che si propone come osservatorio permanente sui principali mercati del vino, sui consumatori e sulle tendenze che ne influenzano le scelte. Mettere attorno allo stesso tavolo analisti, giornalisti, Master of Wine, operatori e produttori significa costruire conoscenza, favorire il confronto e offrire alle aziende strumenti utili per affrontare con maggiore consapevolezza le sfide future. Il Garda è un territorio che ha sempre saputo

evolversi senza perdere la propria identità: la crescita della nostra denominazione passa dalla capacità di guardare avanti, investire in innovazione e continuare a valorizzare ciò che ci rende unici nel panorama vitivinicolo italiano.”

Ad aprire i lavori il Presidente del Consorzio Garda DOC, **Paolo Fiorini** ha illustrato l’evoluzione della denominazione e i risultati raggiunti negli ultimi anni. Con oltre **23 milioni di bottiglie imbottigliate nel 2025**, la DOC Garda ha registrato il proprio miglior risultato storico, consolidando un percorso di crescita iniziato nel 2016 e sostenuto dalla capacità di proporre vini contemporanei, versatili e in sintonia con le richieste dei mercati. Tra le più recenti innovazioni introdotte dal disciplinare spicca la possibilità di produrre il **Garda Garganega con una gradazione minima di 9% vol**., scelta che pone la denominazione all’avanguardia nell’interpretazione delle nuove esigenze di consumo.

Sul fronte normativo e produttivo, il Professor **Eugenio Pomarici**dell’Università di Padova ha delineato lo scenario dei prodotti vitivinicoli a grado alcolico nullo o ridotto, evidenziando come il segmento NoLo rappresenti oggi uno dei fenomeni più dinamici del panorama vitivinicolo mondiale. Pur trattandosi di un mercato ancora giovane, i tassi di crescita risultano significativi e in controtendenza rispetto alla contrazione dei consumi di vino tradizionale. In base ai dati esposti dal Prof. Pomarici, il successo futuro del comparto dipenderà dalla capacità di migliorare ulteriormente la qualità organolettica dei prodotti, dall’evoluzione delle tecnologie di dealcolazione e dal sostegno alla ricerca e all’innovazione.

Uno sguardo approfondito sul Regno Unito è arrivato da **Patrick Schmitt MW**, editor-in-chief di *The Drinks Business*, che ha analizzato le opportunità di crescita dei vini a basso tenore alcolico nel mercato britannico. Lo studio presentato ha evidenziato come il cambiamento degli atteggiamenti dei

consumatori verso il consumo di alcol e l'introduzione di sistemi fiscali sempre più legati alla gradazione alcolica stiano ridefinendo il settore vinicolo nel Regno Unito. In questo contesto, i vini low alcohol rappresentano quindi uno dei segmenti più promettenti in termini di sviluppo. L'analisi ha messo in luce come la domanda sia trainata dalla ricerca di prodotti più leggeri, adatti a un consumo moderato e compatibili con stili di vita orientati al benessere. Al tempo stesso, Schmitt ha sottolineato l'importanza di individuare corrette strategie di posizionamento, prezzo e distribuzione per intercettare efficacemente questa crescita. In questo contesto i vini della denominazione Garda DOC rappresentano una risposta alla domanda del mercato, grazie alla propria vocazione alla freschezza, alla bevibilità e alla versatilità, di sviluppo in un mercato che continua a premiare le proposte innovative senza rinunciare alla qualità e all'identità territoriale.

Particolarmente significativa anche l'analisi del mercato tedesco presentata da **Karin Eymael**, editor-in-chief di *Weinwirtschaft* e *Meininger's International.* I dati illustrati hanno mostrato una crescita molto sostenuta del segmento dei vini analcolici e a bassa gradazione, trainata da una maggiore attenzione alla salute, dall'innovazione tecnologica e dall'evoluzione degli stili di vita pur in un contesto di riduzione generale dei consumi di vino. Secondo Eymael, i vini naturalmente a basso tenore alcolico, nel mercato tedesco che continua a rappresentare uno dei principali mercati mondiali e un partner strategico per il vino italiano, possono rappresentare una concreta opportunità per le denominazioni capaci di coniugare autenticità territoriale, sostenibilità e qualità.

Il tema dell'evoluzione culturale del consumo è stato approfondito da Alessandra Piubello, giornalista di Decanter che ha affrontato il tema dei vini low alcol da una prospettiva tanto concreta quanto strategica, interrogandosi

sul loro ruolo nel futuro del settore. Più che fornire risposte definitive, il suo intervento ha aperto una riflessione sul rapporto tra innovazione, identità e nuove abitudini di consumo, evidenziando come la vera sfida per il mondo del vino sia comprendere e accompagnare il cambiamento senza perdere autenticità e valore culturale.

Il convegno si è concluso con una tavola rotonda moderata dall'enologa e wine expert **Sissi Baratella**, durante la quale relatori, giornalisti e produttori hanno condiviso riflessioni e strategie per il futuro della denominazione. Dal confronto è emersa la necessità di continuare a investire nella ricerca, nella comunicazione e nell'analisi dei mercati internazionali, valorizzando al tempo stesso i punti di forza che rendono Garda DOC una realtà unica nel panorama vitivinicolo italiano: versatilità produttiva, identità territoriale e capacità di intercettare i cambiamenti dei consumatori.

Punti chiave

1. **Record storico di 23 milioni di bottiglie imbottigliate nel 2025**, il miglior risultato nella storia del Consorzio Garda DOC.
2. **Prima denominazione italiana a introdurre nel disciplinare una tipologia a gradazione ridotta**, con Garda Garganega da 9% vol.
3. **Mercati UK e Germania mostrano crescita sostenuta dei vini low alcol**, trainata da salute, benessere e nuova fiscalità sulla gradazione.
4. **Qualità organolettica e tecnologie di dealcolazione saranno decisive per il successo futuro** del segmento NoLo a livello globale.
5. **Versatilità territoriale e identità rendono Garda DOC una risposta concreta** alla domanda internazionale di

vini contemporanei e autentici.