

La nuova

scritto da Redazione Wine Meridian | 9 Ottobre 2018



Una giornata dedicata al Bardolino, denominazione tra quelle veronesi che non ha trovato fino ad oggi lo spazio che merita sui mercati internazionali. E così è venuto il suo momento. Incentivato anche dal successo dei vini freschi e leggeri e dalla competizione sui prezzi, “Mr Bardolino” si sta ritagliando la sua meritata strada tra le più “pompose” denominazioni veronesi.

Domenica 30 Ottobre, al Palazzo della Gran Guardia di Verona, il Consorzio di tutela Chiaretto e Bardolino ha organizzato una giornata con 23 produttori per presentare i 3 Cru del Bardolino proposti nel Disciplinare. La compagine del Consorzio gardesano ha scelto di puntare (saggiamente) su **le tre sottozone storiche (La Rocca, Sommacampagna e Monte Baldo)**, con rese non superiori al 100 quintali per ettaro, e dunque sulla qualità; inoltre lascia trasparire un possibile futuro sviluppo: l'invecchiamento.

Insomma, un restyling che rilancia il Bardolino nell'universo dei vini di qualità italiani. Ma visto che a noi interessa l'approccio al mondo al di fuori del Belpaese, ci siamo aggirati tra i banchi dei produttori, chiedendo: "Qual è la situazione sui mercati esteri?".

Matilde Poggi, proprietaria di Le Fraghe e presidentessa FIVI, esporta all'estero più di quanto venda in Italia, con una percentuale che si attesta intorno al 60%. "Il mercato principale restano gli **Stati Uniti**, con in testa California, Massachussets (soprattutto Boston) e Virginia, dove ha molto successo anche il Chiaretto, seguendo il trend dei rosè" spiega. "Il Bardolino – continua Matilde – ha dalla sua l'essere un vino fresco, leggero e -fattore affatto trascurabile- dal prezzo contenuto (meno di 10\$ al bicchiere). In Europa lavoriamo bene con la Germania, seguita da Francia, UK e Norvegia". La presidentessa FIVI conclude spiegando come vorrebbe espandersi in Giappone, India e Cina, soprattutto per le potenzialità di abbinamento con le cucine di questi paesi. Per l'azienda Tinazzi su un export complessivo di circa il 90% della produzione la Russia è il primo Paese, a cui fanno seguito Stati Uniti e Germania. Anche per loro, ci racconta Giulia Ledda, Marketing Communications Manager dell'azienda, c'è il **desiderio di espandersi maggiormente sui mercati del Sud Est asiatico**. "Abbiamo già canali aperti in Paesi come il Vietnam, ma vorremmo spostarci anche su Giappone e implementare la Cina" conclude.

E se anche il Consorzio dichiara che i Paesi in cui il Bardolino è maggiormente presente sono gli Stati Uniti e i **Paesi Scandinavi**, c'è chi si è trovato nicchie alternative. Come Cantina Il Pignetto, che nonostante venda gran parte del Bardolino in Italia, ha trovato scambi interessanti in Germania e Islanda e ha iniziato a dialogare anche con Lettonia e Brasile.

Francia e Spagna, prodotti atipici per il mercato del Bardolino, sono le mete dell'export di Poggio delle Grazie (il

50% delle bottiglie). “Abbiamo fatto leva sul prezzo competitivo, soprattutto sul mercato francese” spiega Massimo Brutti, co-proprietario insieme al fratello Stefano.

Dopo questa interessante giornata, le carte vincenti da giocare per questo vino del Garda sono certamente la versatilità, che ben si sposa con diversi abbinamenti di cibo, la leggerezza, in linea con i più recenti trend di consumo, il prezzo competitivo e la qualità delle bottiglie.

Lo conferma anche l'americana Susan H. Gordon, wine writer per Forbes e VIA Wine Ambassador: “A New York il Bardolino è conosciuto, sia perchè proviene da uve ben note, sia perchè ha uno stile fresco che oggi piace”. L'unica pecca è che le bottiglie non siano facilmente reperibili nella Grande Mela, e non solo. Che sia venuto il momento di rimediare?