Garda Doc, il vino si racconta con nuovi linguaggi

Dai vini low alcol alle collaborazioni televisive con Sonia Peronaci e Luca Pappagallo: Il Consorzio rinnova il proprio modo di comunicare, sperimentando nuovi linguaggi.

Sommacampagna 27 ottobre - Interpretare il cambiamento, sperimentare nuovi linguaggi e trovare modalità sempre diverse per avvicinare il vino alle persone. È lungo queste direttrici che si è sviluppata l'attività di comunicazione del **Consorzio Garda DOC**, attraverso un percorso che ha affiancato alla valorizzazione del prodotto una crescente attenzione all'innovazione, alle nuove modalità di consumo e alla costruzione di esperienze capaci di coinvolgere pubblici differenti.

"Quest'anno abbiamo voluto sperimentare modi nuovi di parlare dei vini Garda DOC senza limitarci a raccontare il vino, ma costruendo occasioni capaci di far comprendere ciò che la nostra denominazione vuole essere oggi", dichiara **Paolo Fiorini, Presidente del Consorzio Garda DOC**. "*Siamo orgogliosi di aver lavorato su fronti diversi, dalla scelta pionieristica sul low alcol alle collaborazioni con importanti eccellenze gastronomiche. Progetti accomunati dalla volontà di rendere Garda DOC una denominazione contemporanea, capace di intercettare interessi diversi e sperimentare nuovi linguaggi per raccontare i propri vini e il territorio in cui nascono"*.

Tra gli ambiti su cui il Consorzio ha scelto di investire figura quello dei vini a basso contenuto alcolico. Il Consorzio Garda DOC è stato infatti la prima denominazione italiana a introdurre nel proprio disciplinare una tipologia a gradazione ridotta, una novità che testimonia la volontà di leggere i cambiamenti in atto e mettere a disposizione dei produttori, strumenti in grado di rispondere alle nuove richieste del mercato.

A partire dalla vendemmia 2025, la denominazione ha avviato la produzione di un vino a basso contenuto alcolico, ottenuto attraverso il lavoro in vigneto e in cantina con l'obiettivo di mantenere la gradazione al di sotto del 9%, senza ricorrere alla dealcolazione. Un consumo più leggero e consapevole che permette alla denominazione di dialogare anche con una nuova generazione di consumatori, affrontando il cambiamento senza allontanarsi dall'identità vitivinicola del territorio.

Un altro ambito di attività comunicativa riguarda il dialogo tra vino e gastronomia, che il Consorzio continua a sviluppare attraverso la collaborazione con il **Salame di Varzi DOP** e il **Formaggio Montasio DOP**. Un incontro fra denominazioni che permette di creare nuove occasioni di racconto attorno alle produzioni italiane di qualità, mettendo al centro la versatilità dei vini Garda DOC nell'abbinamento.

In questa direzione si inseriscono il progetto televisivo **In Cucina con Sonia** e le puntate realizzate con **Luca Pappagallo**, andate in onda su Food Network, che hanno raccontato l'incontro tra le eccellenze DOP e i vini Garda DOC. Protagonisti delle ricette sono stati il Salame di Varzi DOP e il Formaggio Montasio DOP, abbinati a una selezione di vini della denominazione. Attraverso la preparazione dei piatti e la proposta degli abbinamenti, i programmi hanno portato Garda DOC all'interno di format dedicati alla cucina, avvicinando il pubblico al dialogo tra gastronomia e vino con un linguaggio immediato e accessibile.

Low alcol e contaminazione con la cucina compongono così due direttrici di uno stesso percorso. Una strategia con cui il Consorzio amplia le modalità di racconto di Garda DOC, creando nuovi punti di contatto con il pubblico e valorizzando la denominazione attraverso prospettive diverse, dai nuovi modelli di consumo al dialogo con la gastronomia.

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono tuttavia al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'amministrazione erogatrice. Né l'Unione europea né l'amministrazione erogatrice possono esserne ritenute responsabili.