vinetur

Garda DOC refuerza su identidad y apuesta por el crecimiento internacional en el sector vinícola

La conferencia anual analiza el potencial de la denominación en mercados clave y su estrategia para consolidar la marca en Europa

lunes 9 de junio de 2025



Este lunes, 9 de junio, se celebró en Peschiera del Garda una conferencia centrada en el análisis y las perspectivas de la denominación Garda DOC, organizada por el Consorcio Garda DOC. El encuentro reunió a representantes del sector de la distribución, compradores de grandes superficies, operadores HORECA y miembros del propio consorcio. El objetivo principal fue analizar el rendimiento y la posición actual de los vinos Garda DOC tanto en el canal HORECA como en la gran distribución organizada

(GDO).

Durante la jornada se presentaron los resultados de un estudio realizado por Wine Meridian, que combinó un análisis cualitativo y cuantitativo con el apoyo del Consorzio Distributori Alimentari (CDA). Este trabajo se centró en zonas estratégicas del norte de Italia y recogió también las percepciones de expertos como sumilleres, periodistas, líderes de opinión, restauradores y blogueros.

Paolo Fiorini, presidente del Consorcio Garda DOC, explicó que la denominación tiene un gran potencial de crecimiento en el sector HORECA nacional. Señaló que el proyecto busca ofrecer herramientas concretas y datos útiles para que los productores puedan tomar decisiones informadas y reforzar tanto las características propias del territorio como la posición diferenciada de la marca Garda DOC en el mercado actual. Esta conferencia forma parte de una estrategia más amplia iniciada en 2022, que cada año aborda un aspecto diferente del sistema Garda DOC con el fin de construir una identidad sólida y reconocible vinculada al entorno único del Lago de Garda.

Entre los ponentes figuraron Christoph Mack (CEO de Mack & Schühle AG), Fabio Piccoli (director y fundador de Wine Meridian), Lucio Roncoroni (director general del CDA), Daniele Colombo (responsable de vinos y espirituosos en Esselunga), Helena Mariscal (directora de compras para marcas propias en Mack & Schühle AG) y Nicholas Moschi (director de compras en Liberty Wines). Cada uno aportó su visión sobre las dinámicas actuales tanto en mercados nacionales como internacionales, abarcando canales tradicionales y grandes superficies.

Christoph Mack subrayó que Garda DOC reúne las condiciones necesarias para convertirse en un referente internacional gracias a su perfil moderno y accesible, así como a su fuerte vínculo con el territorio del Lago de Garda. Destacó que este entorno aporta una identidad clara a los vinos y que muchos consumidores alemanes sienten afinidad por la zona.

Daniele Colombo explicó que Esselunga apuesta por los productos locales y apoya activamente el Made in Italy. Añadió que el sector vinícola es estratégico para la cadena, con espacios dedicados tanto en tiendas físicas como a través de su plataforma online. Según Colombo, la notoriedad internacional del territorio contribuye

al potencial de crecimiento de Garda DOC.

Fabio Piccoli remarcó que el proyecto Garda DOC representa un sistema territorial contemporáneo donde el consorcio se dirige directamente al consumidor final e involucra a compradores en el proceso de desarrollo. Considera que se está formando un modelo basado en valores compartidos y una visión común.

Lucio Roncoroni señaló que Garda DOC funciona como una plataforma identitaria que refleja una idea evolucionada del estilo italiano: elegante, accesible y actual. Explicó que el consorcio trabaja para construir un relato coherente desde la producción hasta la restauración, con el objetivo de hacer la marca aún más reconocible.

Nicholas Moschi indicó que Garda DOC busca atraer a un público internacional joven e informado, interesado en vinos con calidad e identidad. También puso en valor la labor constante sobre estilo y calidad, así como la importancia del relato para posicionar a Garda DOC como embajador de la cultura vinícola italiana.

Helena Mariscal afirmó que para el mercado alemán, Garda DOC es mucho más que una denominación: representa la expresión auténtica de un territorio singular donde confluyen historia vitivinícola, biodiversidad varietal y estilo italiano. Resaltó que la combinación entre calidad e identidad regional hace muy atractiva esta propuesta para Alemania. Además, mencionó que el turismo del vino refuerza el vínculo entre producto y territorio, ya que muchos turistas visitan cada año el Lago de Garda. La orientación exportadora permite llegar a mercados clave como Alemania, Suiza o Francia mediante ferias comerciales e inversiones específicas.

El análisis presentado durante la conferencia mostró las posibilidades reales de crecimiento para la denominación Garda DOC. Se pusieron en valor cualidades ya apreciadas por los profesionales del sector como versatilidad, frescura y conexión con un territorio reconocido internacionalmente por su calidad de vida y atractivo turístico.

El Consorcio Garda DOC reafirmó su compromiso con el desarrollo de la denominación mediante acciones basadas en investigación, promoción y comunicación. La estrategia se apoya en escuchar al mercado y analizar datos precisos para orientar futuras acciones promocionales y distributivas.

La zona donde se produce Garda DOC abarca áreas colinares entre Lombardía y Véneto, protegidas por montañas y junto al mayor lago italiano. Este entorno proporciona condiciones climáticas especiales que han influido históricamente en las variedades cultivadas. La denominación fue reconocida oficialmente por primera vez en 1996 para promover vinos varietales procedentes de diez zonas históricas alrededor del Lago de Garda. Desde entonces ha mostrado capacidad para adaptarse a las demandas del consumidor sin perder sus raíces tradicionales. En 2015 recibió reconocimiento ministerial definitivo y desde 2016 opera bajo régimen erga omnes. Actualmente agrupa a 250 usuarios bajo una misma marca orientada a promover uno de los productos gastronómicos más conocidos del país.