Cofinanziato dall'Unione Europea

ENJOY IT'S FROM EUROPE

IL CONSORZIO GARDA DOC CHIUDE VINITALY 2025 CON NUMERI DA RECORD E UN FORTE IMPATTO COMUNICATIVO. SISSI BARATELLA GUIDA CON SUCCESSO IL CONSORZIO TRA ESPERIENZE DIGITALI, SOCIAL TASTING E INTERVISTE

Sommacampagna, 10 aprile 2025

L'edizione 2025 di Vinitaly si conclude con un bilancio estremamente positivo per il **Consorzio Garda DOC**, che ha dimostrato di saper evolvere e innovare, rafforzando il proprio ruolo nel panorama enologico italiano. Grazie alla visione e all'energia di **Sissi Baratella**, enologa e divulgatrice, il Garda DOC ha consolidato la propria identità, mettendo al centro non solo il vino, ma anche il territorio, la cultura e il valore delle relazioni. Il Consorzio Garda DOC è stato uno dei protagonisti indiscussi della manifestazione, grazie a format moderni e coinvolgenti che hanno saputo unire tradizione e modernità nel racconto del territorio. Grande successo hanno riscosso i **social tasting**, che hanno trasformato lo spazio Garda DOC, all'interno dell'area (Avenue H, Stand 1) in un vero e proprio luogo di incontro e dialogo tra esperti e appassionati. Gli eventi di degustazione hanno permesso al pubblico di scoprire le sfumature dei vini gardesani attraverso assaggi guidati, impreziositi da eccellenze gastronomiche italiane come il **Formaggio Montasio DOP**, il **Crudo di Cuneo DOP** e il **Salame Varzi DOP**. Questa formula contemporanea ha reso la scoperta dei vini ancora più dinamica e interattiva, favorendo il dialogo diretto con esperti e produttori e rafforzando il legame tra il vino e il suo territorio.

"*La comunicazione nel settore vitivinicolo, il cambiamento del comportamento dei consumatori e i consigli per i produttori nel promuovere la DOC Garda sono alcuni degli argomenti di cui si è parlato in questi giorni al nostro stand"*, sottolinea **Paolo Fiorini**, presidente del Consorzio Garda DOC "*e ancora una volta abbiamo potuto promuovere i punti di forza di un territorio sostenibile come quello del Lago di Garda, dall'immenso potenziale enogastronomico e turistico. Con questa edizione di Vinitaly, il Consorzio Garda DOC ha ribadito la sua capacità di innovare e raccontare il proprio territorio con autenticità e visione*".

A dare ulteriore slancio alla narrazione del Consorzio Garda DOC, i **talk** di Sissi Baratella, un confronto autentico sul mondo del vino che hanno stimolato un contradditorio sul ruolo della denominazione, il valore dell'enoturismo e l'identità del territorio gardesano. Attraverso una serie di interviste social e approfondimenti, Sissi Baratella hanno saputo interpretare al meglio le nuove forme di comunicazione del mondo del vino, rendendo il **Consorzio Garda DOC** protagonista di un dialogo autentico e accessibile. Con uno stile diretto e spontaneo, Sissi Baratella ha saputo coinvolgere il pubblico e amplificare la narrazione del territorio, creando un'interazione dinamica all'interno di un ambiente conviviale, perfettamente in sintonia con lo stile del Consorzio Garda DOC che ha trovato ampia risonanza sui social media. Il format è stato costruito attorno a una domanda semplice ma incisiva: "**Posso offrirti un Garda DOC**?", un punto di partenza che ha coinvolto ospiti del mondo del giornalismo, dello sport e della cucina in un dialogo aperto, sempre accompagnato da un calice di Garda DOC. Attraverso questo spunto, Sissi ha accompagnato i suoi ospiti in un viaggio alla scoperta delle caratteristiche della denominazione, della ricchezza del territorio, e delle potenzialità dell'enoturismo, creando un perfetto fil rouge tra passato, presente e futuro della viticoltura gardesana.

Contenuti e approfondamenti coinvolgenti che verranno pubblicati nei canali social del Consorzio nei prossimi giorni e che daranno la possibilità ad appassionati e wine lovers di rivivere le straordinarie giornate del Vinitaly 2025.

Cofinanziato dall'Unione Europea

Assieme a questi prodotti il Consorzio Garda DOC è parte del progetto triennale cofinanziato dall'Unione Europea "Eccellenze DOP: un savoir-faire tutto europeo". La campagna di comunicazione ha come obiettivi di rafforzare la riconoscibilità e la notorietà dei prodotti agroalimentari europei di qualità a marchio DOP, oltre che migliorare la competitività e il consumo dei prodotti agroalimentari dell'Unione. Il programma, che coinvolge Italia, Germania e Austria, prevede una serie di attività dedicate ad aumentarne la visibilità e l'apprezzamento nei tre mercati di riferimento.

UFFICIO STAMPA
AB COMUNICAZIONE
Anna Barbon | a.barbon@ab-comunicazione.it
Federica Zane f.zane@ab-comunicazione.it