

Il Recioto verso i mercati internazionali e modelli di consumo moderni

scritto da Agnese Ceschi | 13 Ottobre 2015



Qualche settimana fa siamo stati invitati ad una degustazione in cantina da parte della Cantina Valpolicella Negrar. Un viaggio nel mondo del vino tradizionale della Valpolicella, il Recioto. Il Recioto, avete capito bene, non i più modaioli “fratelli” Amarone e Ripasso, che stanno avendo successo sulle tavole di tutto il mondo. Il Recioto, prima dell’exploit dell’Amarone, era il vino più apprezzato e venduto della Valpolicella, perché in fondo, nonostante le eccelse evoluzioni organolettiche future, agli albori il fratellino minore, per età non certo per struttura (l’Amarone), non era altro che un “Recioto scappato” (Recioto scappato).

Assaggiando i vari tipi di Recioto proposti dalla Cantina Valpolicella Negrar in abbinata ad un tutto pasto, dunque non solo al dessert, ma anche a piatti di tortelli, salumi e carni, siamo rimasti stupiti da quest'azzardata e coraggiosa scelta. E quindi abbiamo chiesto al direttore Daniele Accordini in che modo dunque valorizzare questo vino "nobile" veronese sulle tavole di tutto il mondo? In che modo farlo conoscere ed entrare a far parte della "triade delle meraviglie" anche agli occhi della platea internazionale?

Quali sono le potenzialità a livello internazionale del Recioto?

Il Recioto vive un momento di difficoltà legato prima di tutto al gusto dolce, oggi non più di moda, ed in secondo luogo al fatto che noi produttori della Valpolicella gli dedichiamo poca attenzione, o comunque non la stessa che prestiamo a Ripasso e Amarone. Forse lo diamo perdente in partenza? A livello internazionale, in un mondo dove il passito è convenzionalmente definito come bianco ed il rosso è una novità, il Recioto ha molte potenzialità, specie in alcuni Paesi dove la cucina è alla ricerca di sapori particolari che si facciano ricordare.

Che percentuale di export fanno i vostri Reciotti? Un po' di numeri...

Su una produzione di 60 mila bottiglie l'anno, vendiamo il 28% per cento all'estero.

In che Paesi vendete più Recioto?

Principalmente nei mercati nordici, quali Finlandia, Svezia ed anche Russia: Paesi con un clima freddo e con cucine molto elaborate. Il Recioto Classico "Domini veneti" è l'unico inserito nel monopolio finlandese, mentre in quello svedese è inserito insieme ad altri Reciotti.

In che modo proporre un vino tipico della Valpolicella, surclassato dall'Amarone e dal Ripasso in questi anni, all'estero?

Per poterlo proporre, bisogna crederci. Cosa significa? Che non deve essere un vino di risulta della Valpolicella dopo la cernita dell'Amarone e del Ripasso, ma bisogna dedicargli le migliori risorse, dalla scelta delle uve nelle zone più adatte, alla scelta dei migliori legni fino ad un adeguato affinamento in bottiglia per essere certi della qualità.

Come far piacere un vino dolce? Considerazioni rispetto al Recioto per farlo conoscere ai mercati internazionali...

È questo forse il grosso problema del Recioto: aprirsi verso modelli di consumo più moderni e attuali. Ma alla pari di altri vini simili, come ad esempio il Porto Bianco, anche il Recioto può trovare delle occasioni di consumo più moderne e inusuali.

In che modo?

Dobbiamo farci aiutare dagli chef, che oggi sono alla ricerca di abbinamenti intriganti per un pubblico sempre alla ricerca di novità. Occorre, quindi, proporlo con nuovi abbinamenti, in modo tale che non venga relegato solo a vino da dessert. Perché, in un momento di crisi economica come quello attuale, al ristorante molte volte si preferisce saltare il dolce. Perché allora non proporlo come aperitivo? Sì, ha capito bene, aperitivo, ad esempio, nella versione Spumante. Occorre dunque accostare il Recioto alla cucina internazionale attraverso nuove interpretazioni ed abbinamenti che creino nuovi modelli di consumo.