Roberto Castagner, la new-entry che non teme l'invecchiamento è Riserva 23

20240423115254castagner-f0eb05b9

Riserva 23 è il coronamento di un sogno nato alle origini di tutto. Questa **nuova referenza di grappa invecchiata**, svelata da Roberto Castagner in occasione del recente Vinitaly dove la distilleria ha presentato anche due nuove categorie di prodotto (bitter e vermouth), racchiude l'essenza stessa di quel percorso che l'imprenditore di Conegliano ha deciso di intraprendere fin dall'inizio.

Con una buona dose di lungimiranza, dal momento in cui ha azionato gli alambicchi per produrre distillato di vinaccia, Castagner ha infatti pensato a come **dare una scossa al settore grappa**, ritenendo necessario toglierle di dosso la nomea di bevanda spiritosa 'popolare' o 'dell'alpino'. Un'immagine un tempo sbandierata con orgoglio, che con gli anni ha cominciata a risultare stretta, quasi scomoda e soprattutto riduttiva.

Era già **tempo di rinnovare reputazione e produzione**, traghettando la categoria in una sfera di maggiore prestigio e cercando di accorciare il gap con altri storici spirits ritenuti più nobili da una parte dei consumatori. Da allora, molti attori del comparto grappa e non solo Castagner, si sono messi in moto e ottenuto alcuni successi importanti, tra i quali quello di un **utilizzo diffuso di vinacce da vitigni selezionati per incrementare la qualità**, cosa che ha poi portato a dialogare e coinvolgere nel processo di consumo anche le nuove generazioni e, in parte, una **fetta crescente del target femminile**. Un ruolo importante l'ha poi giocato **l'avvicinamento** sempre più proficuo e concreto della grappa al mondo **del bere miscelato.**

La chiave di volta sembra però essere la scelta di **prolungare la permanenza del liquido in botte**, dove nel 1998 è finita Riserva 23 composta da vinacce di Merlot, Cabernet e Pinot Nero, con aggiunta di Prosecco. **Invecchiamento quindi di almeno 23 anni** per un prodotto nel quale spiccano **note vanigliate che si amalgamano con punte caramellate**, fino a regalare un **finale persistente** dove l'aroma della vinaccia si svela delicatamente.

«Quando ho inaugurato la distilleria, il 90% della grappa bevuta era bianca – ha raccontato a Mixerplanet lo stesso fondatore della distilleria –. *Ispirandomi al mondo del cognac,* ***ho intuito che il futuro di questo distillato sarebbe passato attraverso l'invecchiamento****, leva per ottenere spirit più eleganti, prestigiosi, e in linea con le aspettative del consumatore moderno. Ho così deciso di mettere ad invecchiare in barrique una parte della grappa prodotta anno dopo anno, in una barricaia che nel tempo è cresciuta e oggi vanta quasi 3.000 botti».*

La nuova referenza è stata **prodotta in edizione limitata (749 pezzi)** e messa in vendita principalmente in enoteca **a un prezzo consigliato di 300 euro**. Durante la manifestazione tenutasi a Verona, l'anteprima del prodotto è stata accompagnata da una degustazione alla cieca, accompagnando l'assaggio di questa new entry invecchiata a quello di un cognac e di un whisky. Obiettivo; dimostrare che la grappa così lavorata può tenere testa ad altri spirits concorrenti.
«La grande sfida per noi produttori è cambiare il percepito del nostro distillato, che da 'povero' e 'contadino' ha saputo evolversi e oggi non teme da un punto di vista qualitativo il confronto con altri distillati e liquori internazionali. ***Lo sforzo necessario da fare*** *in Italia e all'estero è dunque* ***lavorare sul posizionamento percettivo, facendo innamorare i ristoratori di grappe di alta qualità****, motivandoli a proporle ai loro commensali, ma anche investendo in attività in grado di creare nuova cultura».*

La grappa **reclama quindi un nuovo posizionamento**, ammiccando al segmento premium. Tutto ciò sarebbe favorito se il mercato potesse agire in un contesto a lui più consono e favorevole. Cosa che, in effetti, sta avvenendo solo parzialmente, come dimostra **un 2023 a tinte fosche**.

Secondo uno studio Nomisma/Assodistil, dopo un buon 2022 in cui si è registrata una progressione del 9,9% a valore e del 7,7% a volume, nel 2023 **l'incremento dei ricavi del settore grappa nel fuori casa** ha segnato **un più ridotto passo in avanti dell'1,1%** e quasi impercettibile sulle quantità (+0.4%). Alla **voce export**, invece, la bilancia ha accusato **un declino del 9% delle entrate economiche e dell'8% dei volumi.** E anche **sull'anno in corso permane un grado di incertezza**.

«In questo 2024 si evidenzia una serie di elementi concomitanti: generale ***diminuzione del potere di spesa, rallentamento del mercato Horeca e una tendenza a bere meno*** *per motivi sia economici che salutistici* – analizza Castagner -. *Di fronte a questo scenario, quindi, diventa* ***sempre più importante valorizzare prodotti che promuovano un consumo più moderato****,* ***ma di alta qualità****, in grado di appagare chi sceglie di bere una grappa per concedersi un piccolo lusso accessibile».*