Come svalutare il vino? Il caso del Cairanne di Aldi

scritto da Emanuele Fiorio | 9 Febbraio 2025





Il caso Cairanne di Aldi, venduto a un prezzo shock di 3,49 sterline, riaccende il dibattito sul valore del vino e le politiche di prezzo aggressive. Tra promozioni che sacrificano produttori e percezione del vino come prodotto culturale, emerge una domanda cruciale: si può conciliare qualità, accessibilità e sostenibilità?

Nello scorso mese di dicembre 2024, Aldi (multinazionale tedesca attiva nel settore della GDO) ha riportato sugli scaffali dei suoi negozi nel Regno Unito il suo **Cairanne Specially Selected**, un blend rosso della zona meridionale della Valle del Rodano composto da Grenache (60%), Syrah (25%), 10% Mourvèdre (10%) e Carignan (5%), al sorprendente **prezzo di 3,49 sterline (4,15 euro).** Una cifra che ha acceso il dibattito nel mondo del vino: può un prodotto di qualità

essere sostenibile a un costo così basso?

Il debutto del Cairanne nel 2023 aveva già fatto notizia, Jane MacQuitty del noto quotidiano britannico The Times l'aveva definito "Il regalo di Natale di Aldi alla nazione". Grazie ad un prezzo di 8,49 sterline **le scorte si esaurirono in soli quattro giorni.** A dicembre 2024, però, il prezzo scontato a 3,49 sterline (-58%) ha sollevato interrogativi ben più ampi sulle strategie di prezzo e sul loro impatto sul mercato vinicolo.

Durante il giorno del lancio, il 2 dicembre 2024, i dati di Aldi hanno registrato la **vendita di tre bottiglie di Cairanne al secondo**, dimostrando la capacità di attrazione di un prezzo così basso.

Il caso Cairanne offre uno spunto per analizzare il complesso meccanismo dei costi di produzione e distribuzione del vino.

Secondo i dati, in UK **almeno 2,67 sterline per bottiglia sono imputabili alla tassa sugli alcolici.** A queste si aggiungono i costi di IVA, imbottigliamento, trasporto e produzione. **Con una cifra finale di 3,49 sterline è evidente che Aldi stia vendendo questo prodotto in perdita. Ma perché?**

Un portavoce di Aldi ha spiegato: "Aldi è in grado di offrire prezzi più bassi agli acquirenti grazie al nostro modello aziendale efficiente e a modalità di lavoro responsabili, che ci aiutano a ridurre i costi operativi. Invece di utilizzare questi risparmi per aumentare i margini, li trasferiamo ai clienti sotto forma di prezzi più bassi".

Leggi anche – [Francia, fuoco incrociato sul vino: prezzi stracciati in GDO e timori per dazi di Trump]

Questa strategia, se da un lato può stimolare i volumi di vendita, dall'altro mette **sotto pressione i produttori, costretti a ridurre i costi in modi che potrebbero compromettere la qualità e la sostenibilità.** Il Cairanne,

nonostante il prezzo ridotto, è un vino pluripremiato, frutto di un processo di vinificazione di alto livello. Ma a quale prezzo per i produttori?

Le promozioni sono una pratica consolidata nel settore: secondo i dati Nielsen, sei bottiglie di vino su dieci vengono vendute in sconto. Tuttavia, il livello di sconto offerto da Aldi solleva domande sull'impatto a lungo termine di queste politiche, sia per i produttori che per il **valore percepito del vino da parte dei consumatori.**

Un altro elemento che complica il quadro è la normativa sul prezzo minimo per unità alcolica (MUP) in vigore in Scozia dal 2018. Questa politica, volta a ridurre il consumo di alcol, stabilisce un prezzo minimo di 65 pence per unità alcolica. Con un tenore alcolico del 14%, una bottiglia di Cairanne da 75cl non può essere venduta legalmente in Scozia ad una cifra inferiore a 6,83 sterline. Di conseguenza, **Aldi ha dovuto adeguare il prezzo in Scozia e Galles per rispettare la normativa.**

Il caso del Cairanne di Aldi è emblematico delle sfide che il mercato vinicolo deve affrontare. Da un lato, i consumatori celebrano l'accessibilità; dall'altro, produttori e analisti si interrogano sulla sostenibilità di tali prezzi.

Questo episodio solleva una domanda cruciale: **è possibile conciliare accessibilità, qualità e rispetto per il lavoro dei produttori? La risposta per quanto mi riguarda è no.**

Una politica di prezzi "spot" come quella adottata da Aldi per il Cairanne non può che essere considerata **dannosa per l'intera filiera.** Se, da un lato, i consumatori possono essere attratti da un'offerta irresistibile, dall'altro, il costo reale di questi sconti viene pagato dai produttori e, in ultima analisi, dalla percezione complessiva del vino come prodotto di qualità.

Proporre un vino pluripremiato a prezzi sottocosto è un

autogol che compromette non solo la sostenibilità economica dei produttori, ma anche il valore simbolico del vino stesso agli occhi dei consumatori. La corsa al ribasso mina il rispetto per l'impegno, la dedizione e il lavoro che si nascondono dietro ogni bottiglia, **trasformando il vino da prodotto culturale a semplice merce.** È necessario che la filiera rifletta sull'impatto di queste politiche, non possiamo certo aspettarci che siano i consumatori a farlo.

Punti chiave:

1. **Il prezzo come strategia di mercato**: Aldi ha proposto il Cairanne Specially Selected a 3,49 sterline, un prezzo talmente basso da sollevare interrogativi su sostenibilità e impatto per l'intera filiera vinicola.
2. **Costi reali e vendita in perdita**: con una tassazione di almeno 2,67 sterline per bottiglia nel Regno Unito, il prezzo finale indica chiaramente una vendita sottocosto.
3. **Pressione sui produttori e qualità del prodotto**: strategie di prezzo aggressive rischiano di comprimere i margini dei produttori, compromettendo qualità e sostenibilità nel lungo termine, pur offrendo un vino pluripremiato a prezzi irrisori.
4. **Effetti negativi sul valore percepito del vino**: politiche di sconto estremo minano il rispetto per il vino come prodotto culturale, riducendolo a una semplice merce e svalutandone l'immagine agli occhi dei consumatori.
5. **Conflitto tra accessibilità e sostenibilità**: l'episodio evidenzia la difficoltà di bilanciare prezzi accessibili con la sostenibilità economica e il riconoscimento del lavoro dei produttori, un tema centrale per il futuro del mercato vinicolo.