

Il vino pregiato è troppo economico?

scritto da Emanuele Fiorio | 2 Dicembre 2021



A metà novembre, ARENI in collaborazione con 67 Pall Mall, prestigioso wine club di Londra, ha organizzato un **dibattito dal titolo: “Il vino pregiato è troppo economico?”**.

ARENI in un recente articolo ha riportato i principali argomenti presentati in quella serata, con la dichiarazione di apertura e la mozione portata avanti da **Pauline Vicard**, direttore esecutivo di ARENI Global.

Vicard ha esposto la sua tesi, ma prima di entrare nel merito delle sue argomentazioni, ha voluto raccontare una storia ripresa da “The School of Life”.

Cos’è “The School of Life”? si chiederanno in molti.

Si tratta di un’organizzazione mondiale che insegna come condurre una vita più soddisfacente, attraverso approfondimenti che riguardano il benessere emotivo: come

formare buone relazioni, identificare una carriera soddisfacente, minimizzare l'ansia, acquisire fiducia e stabilire relazioni corrette ed equilibrate con gli amici.

La storia dell'ananas

Nel novembre 1493, in un villaggio caraibico dell'isola di Guadalupa, Cristoforo Colombo incontra per la prima volta l'ananas. È amore a prima vista, perché Colombo è incantato dalle dimensioni e dalla dolcezza di quel frutto incredibile. Per molto tempo, solo i reali potevano permettersi di mangiarlo: un singolo ananas nel XVII secolo costava l'equivalente odierno di 5.000 sterline (5.940 euro). L'ananas era uno status symbol tale che le persone che riuscivano a permetterselo, lo tenevano in mostra fino a quando non marciva.

Oggi, ognuno di noi può comprare un ananas con meno di 2 euro. Nessuno scrive più poesie su questo frutto esotico e nessuno penserebbe di scolpirlo sulla cima di un importante edificio, come fece Christopher Wren sulla Torre Sud della Cattedrale di San Paolo in Brasile.

L'ananas in sé non è cambiato, è mutato il nostro atteggiamento nei suoi confronti.

La storia dell'ananas suggerisce una curiosa **relazione tra amore ed economia: quando siamo costretti a pagare molto per qualcosa di bello, lo apprezziamo al massimo.**

E quando il suo prezzo sul mercato scende, la passione sembra svanire.

Secondo Vicard, se l'oggetto non ha alcun pregio o merito intrinseco, un prezzo elevato non potrà certo cambiare la situazione. Ma **se quel prodotto possiede delle reali virtù o delle caratteristiche uniche ma gli viene assegnato un prezzo basso, questo può provocare un grave danno.**

Il vero prezzo dell'accessibilità

Ora chiunque può comprare un ananas, in qualsiasi stagione, ovunque si trovi. Molti potrebbero pensare che il vino pregiato dovrebbe essere economico e alla portata di tutti, ma a che prezzo?

Ci sono **due tipi di vino pregiato a buon mercato in commercio**:

- i fine wines che sono economici per il loro basso valore effettivo,
- i fine wines che sono economici a causa della visione a breve termine dei loro produttori.

In ogni caso, **il problema dei vini pregiati a buon mercato è che non sono sostenibili.**

Pauline Vicard per l'occasione ha citato **Eric Asimov, noto critico enogastronomico del New York Times**: "Esiste una certa soglia di prezzo al di sotto della quale diventa economicamente impossibile vendere vino onesto, non manipolato, fatto da una forza lavoro adeguatamente compensata".

Produrre vino di qualità è costoso. A parte rare eccezioni, il prezzo dei vigneti continua a salire e naturalmente, c'è il costo di produzione.

Vinéa Transaction – agenzia francese che si occupa di negoziazione e acquisizioni di tenute vinicole – stima che nel sud della Francia, una cantina che fa un lungo invecchiamento prima della commercializzazione ha un costo di produzione del 23% più alto rispetto alla media e se coltiva biologico questo dato sale al 30%. Anche se la viticoltura biologica non è perfetta, è spesso considerata il minimo per la sostenibilità ambientale.

Inoltre, secondo il sociologo Francois Pureseigle, **l'80% delle aziende agricole francesi operano ormai al di fuori del modello familiare tradizionale**, nonostante le belle narrazioni che si sentono continuamente.

Ciò significa a livello pratico che le cantine non possono più beneficiare del “lavoro gratuito”, tradizionalmente portato avanti dalle mogli.

Oggi **il mondo del vino pregiato si basa molto sui dipendenti** e se si vuole essere sostenibili nel lungo periodo – o se si vuole semplicemente attirare personale valido – **bisogna pagare bene.**

In conclusione, secondo Vicard: **“Se si produce un fine wine “a buon mercato”, ci sono due possibilità: o non si sanno fare i conti, o si sta compromettendo la qualità dei propri vini a lungo termine,** utilizzando quelle che potrebbero essere considerate utili, ma pericolose scorciatoie.”

La convenienza è una mentalità a breve termine

In conclusione Vicard si è concentrata su come **la ricerca della convenienza a tutti i costi sia il risultato di una mentalità, frutto di una mancanza di visione a lungo termine:** “Finché quelli che hanno potere economico, basandosi sulla cosiddetta nozione di terroir, non si concentreranno sulla cura di tutti gli aspetti della sostenibilità, allora i fine wines saranno sempre troppo economici, indipendentemente dal prezzo”.