Perché il vino sudafricano è conveniente?

scritto da Emanuele Fiorio | 24 Novembre 2021



Secondo molti i vini sudafricani sono troppo economici e dovrebbero costare di più. Il motivo di questa idea che si è diffusa anche sui social è spesso relazionata al cosiddetto “cringe culturale”, un complesso di inferiorità interiorizzato che induce le persone di un paese a liquidare la propria cultura come inferiore a quella di altri paesi. In sostanza, **i**

sudafricani non hanno la sicurezza di assegnare un prezzo equo ai loro vini.

Jamie Goode dalle pagine di Wines of South Africa, analizza questo fenomeno e pone **3 quesiti:**

- perché i vini in generale costano così tanto?
- ci sono vini sudafricani convenienti e costosi: sono tutti troppo economici?
- esiste realmente questo "cringe culturale"?

Nel Regno Unito ci sono molti vini sudafricani economici, ad esempio da Tesco, Morrisons o Sainsbury's si possono acquistare buoni vini sudafricani a 6-8 sterline (7-9 euro). Nella loro fascia di prezzo, questi vini si comportano bene e offrono un buon rapporto qualità-prezzo.

C'è da tenere presente che il prezzo di questi vini non è molto flessibile. Sono spesso prodotti in grandi quantità e, in quella fascia di mercato, i produttori hanno bisogno dei retailers più di quanto questi ultimi abbiano bisogno di loro, dato che la vendita al dettaglio rappresenta la loro unica via di accesso al mercato.

Se i produttori sudafricani alzano i prezzi, verranno esclusi dalle scelte dei buyer, i quali sanno che possono, per esempio, vendere 100.000 bottiglie di un vino X a 6 sterline, ma solo 1000 bottiglie dello stesso vino a 8 sterline. Ma questo problema è generalizzato e non riguarda solo il vino sudafricano, quindi non è proprio il segmento di mercato che ha senso analizzare.

Il vino ha un valore di mercato che è determinato dalla domanda. Se la domanda supera l'offerta, il valore di mercato sale. **Idealmente, un produttore assegnerà un prezzo al suo vino con l'obiettivo di intercettare ciò che il mercato è disposto a pagare.** Alcuni prezzano i loro vini al di sotto di quello che potrebbero valere sul mercato: se un vino viene venduto immediatamente, significa che il suo prezzo è

inferiore al valore di mercato.

Quanto costano i vini sudafricani sul mercato interno?
Uno sguardo al sito web di uno dei migliori rivenditori del paese, Wine Cellar, è istruttivo in tal senso. **La maggior parte dei vini di fascia alta oscilla tra i 250-500 (£12-24 ovvero €14-28) Rand. Sono vini di classe mondiale ma per un sudafricano, sono piuttosto costosi.**

Qui arriviamo al nocciolo della questione: perché alcuni ritengono che il vino sudafricano sia sottostimato?

In primis la maggior parte dei produttori sudafricani fanno affidamento sul mercato interno. Nonostante i prezzi dei vini sudafricani, presenti ad esempio sul mercato del Regno Unito, comprendano il margine dell'importatore e quello relativo alla vendita al dettaglio/ristorazione, sono ancora molto convenienti rispetto ai vini di altri paesi di qualità simile.

Questo **non ha nulla a che fare con un supposto complesso di inferiorità** o "cringe culturale" che dir si voglia. È solo una riflessione sul fatto che **il vino è più economico in Sudafrica, perché molte cose sono più economiche, comprese le fasi produttive e la catena di approvigionamento.**
Sembra banale ma se si confrontano i vini pregiati sudafricani con quelli californiani, la differenza di prezzo è sostanziale. Ma il mercato interno statunitense è disposto a pagare quelle cifre. Se portate gli stessi vini sul mercato britannico (con margini standard) improvvisamente appaiono assurdamente costosi.

E i vini sudafricani più costosi? Ce ne sono parecchi oltre i 1000 Rand (£48 o €57) ed **arrivano ad essere così cari per due motivi:**

1. Il primo motivo è perché **esiste una reale domanda**. I produttori fanno pagare molto perché sono consapevoli che c'è una schiera di persone in fila che desiderano questi vini e possiedono i mezzi per pagarli. Se queste

bottiglie pregiate venissero vendute più a buon mercato, allora verrebbero girate sul mercato secondario e qualcun altro farebbe il margine oltre al produttore.

2. Il secondo motivo è relazionabile all'**ambizione, all'ego o alla semplice sfacciataggine**: un produttore vuole fare un vino-icona e gli schiaffa un prezzo esagerato. Sarà poi il mercato a decidere se il vino è degno o meno di quel livello e di quel prezzo. Ad ogni modo non verremo mai a sapere se un produttore ha tentato di vendere il suo vino icona ad un prezzo elevato ed è finito a sedersi sulle giacenze. Anche se fanno fatica a vendere, queste strategie possono fungere da leve di marketing per il produttore. Quelli che si lamentano del costo assurdo di questi vini stanno in realtà dando una mano al produttore in questione.