Qualità-prezzo, parametro reale o fittizio?

scritto da Emanuele Fiorio | 30 Marzo 2020

Robert Joseph, consulente editoriale e autore per Meininger's Wine Business International si è posto un quesito apparentemente banale: il vino costoso vale i soldi investiti?
In parole povere, c'è una rispondenza inequivocabile tra il prezzo e la qualità di un vino pregiato?
Joseph si è posto in quest'ottica dopo aver partecipato ad una degustazione congiuntamente ad altri 11 degustatori, per lo più francesi, nella tenuta di Calmel & Joseph nel sud della Francia.
La degustazione prevedeva di assaggiare alla cieca una serie di vini rossi di una determinata regione molto apprezzati dalla "Guide des vins Bettane et Desseauve" e da "La Révue de Vin de France", le autorità più rispettate nel mondo del vino transalpino.

Lo Château Rayas 2005 Châteauneuf si è aggiudicato il primo posto con un punteggio medio di 95,6 ed è stato anche il prescelto di Joseph, prezzo 700 euro.
Quattro vini inseriti nella top 10 provenivano dalla Languedoc-Roussillon e la metà degli otto vini di maggior successo in degustazione sono stati anche tra gli otto più economici: dai 19 euro di Domaine d'Aupilhac les Coclières, Montpeyroux 2017 ai 37 euro di Tardieu Laurent Gigondas, Vieilles Vignes 2017, rispettivamente al quarto e al terzo posto.

La mancanza di un rapporto equilibrato tra reputazione regionale, prezzo e qualità percepita è dovuta ad un grado di irrazionalità che è parte integrante dell'acquisto emotivo. **Il compratore di vini costosi si comporta esattamente come un acquirente che si trova di fronte alla scelta tra Audi e Volkswagen.** Questi brands appartengono allo stesso gruppo aziendale, condividono molti componenti e spesso ottengono punteggi molto simili dai critici, ma queste constatazioni fattuali non sono in grado di convincere gli acquirenti Audi a risparmiare migliaia di dollari acquistando la vettura più economica, Volkswagen.
Questo apparente paradosso e questa irrazionalità sono accettati e popolari nel mondo del vino costoso e di alta gamma, in cui spesso i consumatori vogliono sapere tutto sul luogo da cui proviene un vino e sulle persone che lo hanno prodotto.

La gente sarà sempre più irrazionalmente affascinata dalla passione, dalle storie, dall'unicità, dai vigneti autoctoni, dalla tradizione delle case vinicole.
Quindi **non è mai esclusivamente una questione di rapporto qualità-prezzo.**
Se siete felici di pagare per la reputazione, la rarità e le storie…perché no?