

Vini a prezzi super: giusto o sbagliato?

scritto da Emanuele Fiorio | 9 Settembre 2021



Treasury Wine Estates ha annunciato il prezzo sul mercato australiano del nuovo **Penfolds 'superblend' Bin 802.A Cabernet-Shiraz: 900 dollari australiani** (circa 555 euro). Il "fratello" 802.B avrà un prezzo simile, ma non è stato ancora ufficializzato.

Le ambizioni per il mercato del Regno Unito sono ancora più alte, per lo stesso vino gli acquirenti britannici si aspettano di spendere circa 600 sterline (700 euro) nei negozi simili ad Harrods.

"La gente pagherà questo prezzo?" si chiede ragionevolmente lo scrittore britannico esperto di vino Tim Atkin. TWE ha il diritto di chiederlo?

"Tutto ciò che interessa a TWE è il suo valore per gli azionisti", ha sentenziato un commentatore online, un altro ha descritto più brutalmente la mossa come "avidità aziendale".

L'aumento dei prezzi dei vini di punta spesso innesca discussioni, specialmente tra coloro che sono abbastanza

anziani da ricordare i tempi in cui potevano permettersi Bordeaux, Borgogna e Brunello, vini che ora sono ben fuori dalla loro portata. C'è una certa incertezza su chi additare per questa tendenza: produttori avari, speculatori senza scrupoli o semplicemente i ricchi compratori che possono permettersi di pagare queste cifre. Ma chiunque sia il responsabile, non avrebbe dovuto farlo.

Partenza al top

I nuovi vini di Penfolds, a differenza dei vini delle più rinomate regioni europee il cui prezzo è cresciuto nel tempo, sono partiti con prezzi già alti.

Ma l'uscita di alcuni vini a prezzi decisamente alti è tutt'altro che una novità. Joseph ricorda i prezzi del Leeuwin Estate Art Series Chardonnay e dell'Armagh di Jim Barry o la sua prima annata del 1996 di le Dome – un St Emilion proveniente da un vigneto ben posizionato ma che non aveva uno storico di produzione.

Fece scalpore anche Jonathan Maltus, il quale era entrato nel mondo del vino dopo aver fatto fortuna in un altro settore. Tenne deliberatamente il proprio vino lontano dagli onnipotenti critici americani che si sono ritrovati a doverlo valutare dopo che era stato tutto venduto – in gran parte su raccomandazione di J&B.

Più recentemente, anche Gérard Bertrand con i suoi Clos d'Ora e Clos du Temple ha spinto sull'acceleratore, riuscendo a vendere a caro prezzo i suoi vini e a dare risalto ad una regione, la Languedoc, poco conosciuta per i vini super-premium.

In nessuno di questi casi è stato applicato un semplice "cost-plus pricing" (costi di produzione più margine desiderato) più di quanto non lo sia stato per le cantine di Napa che negli anni '80 hanno spudoratamente basato i loro prezzi sugli importi pagati per gli chateaux di Bordeaux con cui cercavano di essere comparati.

Costi di produzione

Il veri costi di produzione di qualsiasi vino possono variare ampiamente, a seconda della meticolosità della viticoltura, delle rese per ettaro, se l'uva deve essere acquistata da coltivatori e così via. Alcuni produttori devono anche tener conto dei rimborsi dei prestiti contratti per finanziare la loro attività, mentre altri beneficiano di terreni ed edifici costruiti e pagati dai loro antenati. **Qualunque sia il modello, comunque, è difficile spendere più di 20-50 dollari al massimo per produrre una bottiglia di vino da 75cl. Spesso, anche per un vino superpremium, 10 dollari saranno più che sufficienti.**

In ogni caso, i brands osservano il mercato e calcolano ciò che i potenziali acquirenti sono disposti a spendere.

Se 600 sterline è il prezzo "giusto" per Grange da Harrods a Londra, perché non può esserlo per la coppia di vini di Penfolds? Si domanda Joseph, visto che probabilmente la qualità sarà comparabile.

Inoltre, secondo Joseph, avere in gamma alcuni prodotti molto costosi può fare miracoli per quelli più accessibili. Ci sono alcuni vini Penfolds molto bevibili a meno di 50 dollari.

Molto più di un vino

Per alcuni considerare il vino un bene di lusso è il vero problema. Secondo Joseph, non si tratta di questo. Vino, orologi, scarpe, vestiti, auto, sono tutti lussi e **tutto ciò che li riguarda è legato alle emozioni piuttosto che alla considerazione razionale.**

Le emozioni specifiche coinvolte possono variare da un individuo all'altro, naturalmente, ma **non ha senso cercare la razionalità**, a meno che il prodotto in questione non venga acquistato come investimento, che è tutta un'altra questione.

In conclusione Joseph sottolinea che Penfolds ha ragione ed ha il diritto di fissare il prezzo dei suoi vini nel modo in cui

ritiene più opportuno. E finché ci saranno persone pronte, disposte e capaci di comprarli, non c'è motivo di storcere il naso.