

# Il King's College ha venduto parte della sua cantina.

scritto da Roberto Serra | 16 Aprile 2026



**La vendita includeva rari Borgogna di Henri Mayer, attirando collezionisti millennial e una forte domanda asiatica.**

Già nel giugno 2024, [l'annuncio dell'asta Christie's](#) presentava una selezione eccezionale di vini e spiriti, ma con un elemento di particolare rilievo: una collezione di rari Borgogna proveniente direttamente dalle cantine del King's College di Cambridge. Questo evento, più di un semplice incanto, ha rivelato **trend cruciali per gli operatori del settore**, evidenziando una trasformazione guidata da nuovi collezionisti e dalla domanda asiatica. L'offerta, denominata "Generations of Mayer", si concentrava su quarantacinque lotti di alcuni dei Borgogna più rari mai imbottigliati, tra cui

pezzi di spicco come il Georges & Henri Mayer Echezeaux 1999 e l'Emmanuel Rouget, Vosne-Romanée, Cros Parantoux 2005, entrambi offerti in cartoni originali mai aperti.

## Il valore concreto della rarità

La collezione Generations of Mayer rappresentava il cuore pulsante della vendita. La presenza di bottiglie iconiche come quelle citate, provenienti da un patrimonio come [la secolare cantina del King's College](#), non era un mero dettaglio di catalogo, ma **il motore del valore percepito**. Questo approccio mirato a lotti ultra-selezionati è una leva potente nel mercato dei vini d'investimento, dove la provenienza e la storia aggiungono un premium significativo al prezzo di base del nettare. La cifra d'asta complessiva di un'edizione precedente, tenutasi l'8 giugno 2022, aveva toccato i 2,7 milioni di sterline, segnalando l'appetito finanziario per questo tipo di operazioni.

## Un patrimonio liquido: la storia nelle bottiglie

Il valore di quelle bottiglie affonda le radici in una storia secolare. La cantina del King's College di Cambridge, si dice contenga oltre 50.000 bottiglie ed esiste dal 1446. Ma il nucleo dell'asta del 2024 ruotava attorno all'eredità di [Henri Mayer](#), il vignaiolo spesso definito **il padrino della Borgogna moderna**. Mayer, scomparso nel 2006, fu un pioniere nel credere che la cura in vigna fosse fondamentale per produrre grandi vini. Minimizzò i trattamenti, supervisionò una rigorosa selezione delle uve e mantenne rese bassissime, creando Pinot Noir dalla texture setosa che, dopo la sua morte, sono diventati sempre più rari, alimentando un culto tra collezionisti e intenditori. Vendere bottiglie con il suo nome, provenienti da una istituzione come Cambridge, significa capitalizzare su un storytelling ineguagliabile.

# Il mercato globale in fermento: nuovi attori e geografie

Le implicazioni di queste aste vanno ben oltre il singolo evento. Un dato chiave emerso dalla [vendita record del 2022](#) è il profilo dei nuovi acquirenti: il 33% dei registrati all'asta erano collezionisti millennial. Questo segnala un ricambio generazionale nella base degli investitori in vino, con nuove sensibilità e canali di accesso al mercato. Il panorama competitivo conferma un'espansione globale. [Il fatturato Sotheby's 2022](#), infatti, ha raggiunto il record di 158 milioni di dollari, con una crescita del 14% annuo. Ancora più significativo è che oltre un terzo di queste vendite (54 milioni di dollari) proveniva dal mercato in crescita di vini e superalcolici in Asia. La domanda asiatica non è più solo un fenomeno marginale, ma **un pilastro strutturale del mercato dei vini d'investimento**, capace di trainare le quotazioni e di indirizzare le strategie delle case d'asta e, a monte, dei produttori stessi.

Per chi opera nella filiera del vino, dalla produzione al \*trading\*, l'asta dei Borgogna del King's College funge da caso di studio illuminante. Sottolinea l'importanza cruciale di capitalizzare su due asset immateriali ma decisivi: **la rarità autentica e un racconto storico incontestabile**. In un mercato sempre più affollato, questi elementi garantiscono differenziazione e resilienza del valore. La sfida competitiva futura passa quindi dalla capacità di parlare a nuovi segmenti di collezionisti, come i millennial, e di intercettare la domanda nei mercati dinamici, primo fra tutti quello asiatico, dove il vino è sempre più sinonimo di status e investimento. La storia, in cantina, può valere milioni, ma solo se saputa raccontare e rivendere al mercato giusto.