

Una bottiglia di vino ha stabilito un nuovo record mondiale.

scritto da Roberto Serra | 31 Marzo 2026



Il primato è stato raggiunto all'asta La Paulée di Acker, superando di quasi il 50% il precedente record del 2018.

Mentre la primavera 2026 si apre, una bottiglia di vino ha appena riscritto le regole del valore: nei giorni scorsi, una bottiglia di Domaine de la Romanée-Conti Romanée-Conti del 1945 è stata venduta per la cifra astronomica di 812.500 dollari, stabilendo un nuovo record mondiale. La vendita, avvenuta nell'ambito della [Paulée Auction di Acker](#), non è solo un picco di lusso effimero, ma il sintomo più chiaro di **un mercato globale e giovane che sta ridefinendo dalle fondamenta**

il collezionismo vinicolo.

Il Salto da 558.000 a 812.500 Dollari

L'asta La Paulée di Acker, svoltasi dal 26 al 28 marzo, è stata un evento storico che ha superato i 25 milioni di dollari di vendite totali e stabilito ben 460 nuovi record mondiali. Al centro di questa performance, la bottiglia di Romanée-Conti 1945 proveniente dalla cantina personale del leggendario Robert Drouhin. Il prezzo finale di 812.500 dollari non è solo un numero, ma un salto quantico: rappresenta infatti un aumento di quasi il 50% rispetto al precedente record, stabilito nel 2018 da una bottiglia dello stesso vino venduta per 558.000 dollari. Come riporta un [articolo di Forbes sul record](#), il confronto tra i due numeri segna un'accelerazione senza precedenti. Ma cosa spinge questo balzo del 50% in soli otto anni? La risposta sta in un mercato più ampio e radicalmente trasformato, che va ben oltre la rarità intrinseca di un'icona come la Romanée-Conti del 1945.

Il Fenomeno Aste: Borgogna e Nuovi Collezionisti

Per capire la portata del record, bisogna guardare alle tendenze di lungo periodo che stanno plasmando il mercato delle aste. **La Borgogna, e in particolare il Domaine de la Romanée-Conti (DRC), esercitano un dominio incontrastato.** Già nel 2025, stando a una [guida collezionistica di Sotheby's](#), la regione francese rappresentava il 39% delle vendite all'asta di vino della casa d'aste, con il solo DRC che da solo contribuiva per un incredibile 17%. Questo scenario di concentrazione della domanda si inserisce in un mercato in piena crescita: sempre nel 2025, le vendite all'asta di vino e spiriti di Sotheby's hanno totalizzato 127,5 milioni di dollari, con un aumento del 12% su base annua. La vera rivoluzione, tuttavia, è demografica. Un'[analisi di Robb Report sul mercato](#) rivela che un terzo degli acquirenti alle

aste Sotheby's era costituito da nuovi clienti e più della metà aveva meno di 50 anni, rappresentando 63 paesi diversi. Con un terzo di nuovi clienti under 50, il mercato sta cambiando volto: ma quali sono le conseguenze concrete per chi lavora nel vino?

Cosa Cambia per Chi Produce e Vende Vino

Da questo panorama competitivo, emergono domande urgenti su come adattare la filiera. La vendita record, come sottolinea un [articolo di BastillePost sul record](#), evidenzia innanzitutto una "domanda accelerata per i vini trofeo nel segmento più alto del mercato dei vini pregiati". Questo non è un fenomeno che riguarda solo le icone storiche come il DRC, ma segnala un appetito globale per beni di investimento e status ad altissima visibilità. Per produttori, esportatori e *négociants*, la sfida strategica diventa duplice: da un lato, custodire e valorizzare il patrimonio di vini d'annata e pezzi da collezione, spesso la vera riserva di valore di una cantina. Dall'altro, e forse più cruciale, costruire narrazioni autentiche che parlino a questo nuovo collezionismo giovane e globalizzato, che ricerca esperienze, provenienze certificate e storie riconoscibili oltre il semplice prestigio del nome. Il futuro non appartiene solo a chi possiede i vini più rari, ma a chi sa renderli rilevanti per una platea cosmopolita che fa shopping a Hong Kong, New York o Milano con la stessa disinvoltura.

Per chi opera nel vino, il record della Romanée-Conti 1945 non è un evento isolato ma un campanello d'allarme: il mercato si sta espandendo e ringiovanendo a un ritmo vertiginoso. Il futuro del collezionismo – e di una fetta significativa del premium market – appartiene a chi saprà parlare a questa nuova generazione di acquirenti, andando oltre il mero status symbol per offrire autenticità, trasparenza e una storia degna di essere raccontata, e investita.