



Il lusso accessibile

Il lusso caratterizza qualcosa che non appartiene alla norma consueta, che esce dalla sfera dei bisogni fondamentali e dà compiacimento perché mostra una gratificante possibilità di scelta, il raggiungimento di qualcosa in più e di diverso rispetto all'ordinario.

Quando si parla di "lusso accessibile" ci si riferisce a oggetti prestigiosi che sono disponibili ad un prezzo raggiungibile. I due termini possono sembrare irrimediabilmente contrapposti: l'accessibilità sembra antitetica rispetto al lusso, che per alcuni è solo sinonimo di prodotto costosissimo, irraggiungibile e inaccessibile se non per i privilegiati (pochi) che possono permetterselo. In questo contesto, è molto interessante vedere che grandi case vinicole stanno producendo vini che posizionano volontariamente nella categoria del "lusso accessibile". Ne parliamo nella rubrica "Nuove tendenze", mostrando proprio come oggi, a livello mondiale, una nuova generazione di consumatori cerchi dei vini con un valore intrinseco elevato, a un prezzo abbordabile.

L'esperienza che si sta realizzando è emblematica, ma non è certo una novità.

Se si dà uno sguardo ai millenni trascorsi, si vede che una forte connotazione del vino è quella di un prodotto di "lusso accessibile". Già cinquemila anni fa, i Sumeri lo consideravano un dono di prestigio, un'offerta preziosa, un elemento per i banchetti regali che mostrava abbondanza e ricchezza, ma era al contempo disponibile per un vasto numero di persone. Quando oggi portiamo una bottiglia in regalo ad un amico, oppure offriamo un vino speciale per una cena, o delle bottiglie particolari per un brindisi o una festa, non facciamo altro che ripetere il gesto che descrivono i poeti latini, Orazio, Marziale, Virgilio. Con vino d'Albano vecchio più di nove anni Orazio brinda per festeggiare il compleanno di Mecenate. Offre del Massico a Messalla. Decreta i massimi onori al grande, "focoso" Falerno, segno di eleganza, di agio e di ricercatezza. Se è un lusso il celebre Falerno, è anche un lusso il vino del semplice "podere sabino" conservato per anni da Orazio, in attesa di un caro amico...

Via via nei secoli, il vino è sempre stato visto come un elemento di fasto e di magnificenza, ma nel contempo di uno "sfarzo democratico", a portata di mano. Uno dei grandi segni di ricchezza dei Comuni medievali era proprio l'opportunità di permettere a tutti il consumo di una (moderata ma sensibile) dose di vino, la cui produzione era protetta da rigorose norme e il consumo privato favorito con una detassazione importante. Il tocco in più rispetto alla normalità, è un elemento che ha accompagnato la "civiltà del vino". Il lusso è attenzione ai particolari, segno di un "saper fare" condotto con attenzione, finezza e complessità, è reputazione del marchio, eccellenza nella comunicazione, trasparenza, rispetto, gratificazione. Il lusso risulta da tutto questo, e le tessere che ne compongono il

mosaico sono elementi che si trovano in molte pagine di OICCE Times: dalle indicazioni sulla coltivazione del vigneto, alla chimica dell'acino, alle tecniche di vinificazione, all'analisi sensoriale, alle conoscenze dei mercati, agli elementi che uniscono il lusso con *l'art de vivre*, come indicano i preziosi ventagli francesi del 1700, ornati con immagini di feste e libagioni.

Chi acquista una bottiglia dovrebbe essere in grado di

mettere in relazione il costo con il valore del vino acquistato, ma anche se non sempre è così, anche se alcuni aspetti tecnici o di analisi sensoriale possono sfuggire, rimane in filigrana l'insita componente di "lusso": una certezza, una fiducia legata alla sensazione che quella bottiglia è figlia di una cultura, di una visione, di generazioni di produttori.

Il lusso si percepisce nel fatto che la vigna è stata coltivata con attenzione e riguardo, che l'enologo ha tratto dalle uve il massimo, con competenza, passione, arte, che tutto è stato messo in opera in modo che l'esperienza sensoriale/culturale/simbolica sia la migliore possibile.

Possiamo essere orgogliosi di aver creato e mantenuta viva per millenni una bevanda non essenziale, difficile da produrre, complessa da conservare, eppure una bevanda che contiene un'essenza così forte da superare i secoli, una bevanda che ci fa sentire più "ricchi" e gratificati.

Th. Hoffbauer, Banquet à l'Hôtel de Ville de Paris (1893)

