

Vinho: quanto mais caro melhor?

URL: <http://jornalsabores.com/vinho-quanto-caro-melhor-2/>

Para Vasco d'Avillez, "este conceito está completamente errado". Aníbal Coutinho acha que "a relação é idealmente verdadeira" e Mário Louro diz que "a lei da oferta e da procura faz a diferença".

Apesar do crescimento do interesse e de existir cada vez mais informação sobre vinho, da realização de cursos, provas comentadas e a publicação de milhares de artigos técnicos, ainda há quem, por exemplo, compre um vinho para oferecer com base no preço. Quanto mais se valoriza o recetor do presente, mais caro se pensa que deve ser o vinho.

E não é apenas de filme a cena do indivíduo pouco conhecedor que, na mesa ou mesmo na garrafeira, escolhe um vinho caro na esperança de que essa seja uma forma de garantir a qualidade.

Talvez um pouco ridícula, mas ainda assim interessante, foi a proposta do canal do YouTube Asap Thought ao fazer um teste em que as pessoas bebiam um vinho branco francês de preço elevado e outro de baixo preço. O objetivo era identificar qual era o caro.

Como resultado, o vinho francês de custo elevado, o mais caro, recebeu um enorme conjunto de descrições negativas.

Eis um exemplo, que é ao mesmo tempo uma interessante curiosidade, sobre este tema:

Em 1989 foi leiloadada uma garrafa de Château Margaux colheita de 1787 que terá pertencido a Thomas Jefferson, terceiro presidente dos Estados Unidos.

O valor chegou aos 500 mil dólares, pagos por William Sokolin que, mais tarde, o ofereceu num jantar no Four Season Hotel. Mas, antes de servi-lo, o empregado deixou cair a garrafa, que se partiu. Por sorte, o vinho tinha seguro e Sokolin recebeu 225 mil dólares de indemnização.

Neste caso, a história da garrafa, o ano de colheita e o facto de se tratar de um vinho considerado um dos melhores do mundo, foram fatores que muito contribuíram para o valor alcançado. Mas no mundo dos comuns consumidores, a realidade é outra, o que nos levou a pedir a colaboração de quem conhece o mercado dos vinhos em Portugal.

Vasco d'Avillez, presidente da Comissão Vitivinícola de Lisboa e ex-presidente da Viniportugal, entre muitas outras funções que desempenhou ao longo de mais de 40 anos ligado ao mundo dos vinhos:

O vinho, quanto mais caro melhor?

Não. Este conceito está completamente errado! Bom ou melhor ou muito bom é aquilo de que o Cliente gosta! Ora se esta for a base então temos inúmeros vinhos cujo preço, abaixo de cinco euros na venda ao Público (Chama-se PVP) é esclarecedor de que está ao alcance de todas as bolsas, e pode ser que agrade ao consumidor muito mais do que um outro de 50 euros.

Quais são os principais fatores para um vinho alcançar preços altos?

O primeiro fator é sem dúvida o Marketing!

O segundo fator é sem dúvida o Marketing!

O terceiro fator é sem dúvida o Marketing!

Oferecer um vinho deve ter em conta o valor monetário da oferta?

Não! Deve ter em conta o gosto de quem o recebe e o nosso gosto em oferecer!

Em sua opinião, o que é um vinho caro?

Para mim e para muitos portugueses que vivam aqui e tenham um salário médio, um vinho caro é aquele que custa mais de 10 Euros. Muito caro custará mais de 15 euros e a partir de 20 não o posso oferecer a ninguém. nem é preciso, para que o que o recebe goste muito!

Aníbal Coutinho, enólogo e crítico de vinhos, é responsável pela atribuição dos prémios w, entre outros marcos do seu percurso ligado a esta área:

O vinho, quanto mais caro melhor?

A relação é idealmente verdadeira. Mas o preço do vinho é uma construção não linear que combina o desenvolvimento sustentado do valor e da produção de uma marca com a satisfação do produtor e do comprador.

O Escondido custa mais de 100 euros mas a marca vai ganhando valor e interesse entre os clientes. A última colheita duplicou a produção, de 250 para 500 garrafas numeradas e individualizadas.

Quais são os principais fatores para um vinho alcançar preços altos?

História, qualidade superior, estilo de vida aspiracional, colecionismo, atratividade. Aplicam-se as regras dos artigos de luxo.

Oferecer um vinho deve ter em conta o valor monetário da oferta?

Sobretudo deve surpreender positivamente. Qualquer oferta é um gesto de relação pessoal e de grande envolvimento.

Em sua opinião, o que é um vinho caro?

Usamos a palavra caro da pior forma. Os italianos usam-na para identificar algo precioso.

Mário Louro, um dos mais respeitados formadores portugueses na área dos vinhos, foi, entre muitos outros cargos, presidente do Concurso Nacional de Vinhos Engarrafados:

Vinho quanto mais caro, melhor?

Nem sempre o melhor vinho é o mais caro. As variáveis são muitas e algumas vezes os preços estão associados à fama das marcas.

Assusta-me quando uma só pessoa decide dizer que este é o melhor e portanto o mais caro e atribuir-lhe essa distinção porque esse valor não é de forma alguma atribuível por um Parker, por um Martins ou um Luís. Num conjunto de vinhos, um conjunto de pessoas poderá afirmar que naquele grupo, o melhor está no conjunto, por comparação, ou porque já avaliaram muitas vezes aqueles vinhos. Não é de excluir, nunca, o factor subjectividade como diria o meu Amigo MS João Pires.

Quais são os principais factores para um vinho alcançar preços altos?

Começamos pela idade da vinha, depois a escolha das variedades, o rendimento das mesmas, o tipo de colheita (manual), a vinificação, o estágio e o tempo de envelhecimento. A origem também manda no preço, mas associado temos a escolha de barrica. Depois, a lei da oferta e da procura faz a diferença.

Oferecer um vinho deve ter em conta, o valor monetário da oferta?

Para mim o valor está no vinho de que tenho maior estima familiar ou eventualmente envolve uma história que marca a garrafa. Tenho na minha posse uma garrafa que El-Rei D. Carlos oferecia nas caçadas aos seus convidados, que uma Senhora que me ofereceu. Pois para mim esta garrafa tem um significado muito maior, que o Vinho garrafeira CRF 1933, que já provei muitas vezes.

O que é um vinho caro?

Para mim caro é quando o meu orçamento não permite que o compre todos os dias, ou porque vou mantê-lo na minha garrafeira, à espera da tal ocasião. Não é apenas preço. É a origem, é a casta, é o ano, é o caminho dessa garrafa e tudo o que a envolve.

Publicado no Jornal dos Sabores em 12.04.2016

4 Agosto, 2017

Jornal dos Sabores