

Jay-Z, LVMH e il futuro delle bollicine Armand de Brignac

written by Matilde Morselli | 22/03/2021



La multinazionale del lusso ha acquisito il 50% di Ace of Spade, il brand che rappresenta lo champagne dello star system, proprietà del celebre rapper della scena East Coast

Il colosso LVMH ha rilevato il 50% del capitale sociale di **Armand de Brignac**, la maison che produce champagne dal 1763 e di proprietà di **Shawn Corey Carter**, il rapper meglio conosciuto come **Jay-Z**.

«Sono orgoglioso di accogliere la famiglia Arnault all'interno della nostra. - ha dichiarato in una nota ufficiale Jay-Z - Siamo fiduciosi sul fatto che, grazie alla forza distributiva globale, di portafoglio e di esperienza di Moët Hennessy, Armand de Brignac riuscirà ad acquisire quel potere commerciale di cui ha bisogno per crescere ulteriormente»

Partiamo dall'inizio e dalla fascinazione del rapper newyorchese per lo champagne e nello specifico per [Champagne Cristal](#), già prodotto di punta di **Louis Roederer** e bottiglia dal profondo richiamo storico: è nel 1876 che Cristal fu messo a punto per le esigenze raffinate di Alessandro II di Russia che ogni anno faceva riservare alla maison la sua migliore cuvée.

LVMH rileva il 50% di Armand de Brignac

L'apprezzamento da parte del rapper per il Cristal, tuttavia, non durò molto per effetto di alcune dichiarazioni, non proprio politically correct, rilasciate da un dirigente della casa madre Roederer al The Economist. In particolare, nel 2014, il manager disse di non approvare l'associazione tra il mondo underground del rap e il loro brand. Questo fu sufficiente per dare inizio ad un vero e proprio boicottaggio da parte di Jay-Z che non solo prese le distanze dalla Maison Roederer ma acquistò nel 2014 le quote della famiglia Berish, proprietaria di [Armand de Brignac](#), facendo spiccare il volo alle vendite di queste bottiglie.

Per avere ben chiaro cosa s'intende quando si parla di boicottaggio basta prendere le cuffie e rispolverare *"Show me what you got"* (2006) dove l'opinione di Jay-Z rispetto a Cristal splende come il suo champagne.

LVMH con l'acquisto del 50% di Armand de Brignac ad un corrispettivo (sembra) di **640 milioni di dollari**, oltre ad essersi aggiudicato una fetta fondamentale del mercato del lusso in calice, ha acquisito un elemento non facilmente monetizzabile: l'influenza cool di Jay Z e il relativo pacchetto di cultura underground legata al rap e allo star system, potenziali e facili leve di marketing. Dall'altra parte, l'operazione avrebbe offerto a Mr Carter un supporto organizzativo e solido per far crescere il mercato delle vendite e la notorietà del brand Ace of Spade.

L'operazione si inserisce in un contesto economico non certamente a favore delle bollicine. Inutile dirlo, le restrizioni anti Covid hanno colpito anche il settore del beverage di lusso, le spedizioni di Champagne sono diminuite del 18% nel 2020 rispetto al 2019 e secondo CIVC, il [Comitato Interprofessionnel du Vin de Champagne](#) per LVMH il calo rappresenterebbe il 19% nell'anno passato.

«Stiamo entrando in questa partnership alla pari con Jay-Z e la sua famiglia con la stessa convinzione che siamo solo all'inizio di una storia meravigliosa. Insieme tratteremo un forte percorso di crescita che permetterà ad Armand de Brignac di accrescere la sua posizione di brand di lusso sia per i clienti attuali che futuri».

Con tale dichiarazione ottimistica si è espresso **Philippe Schaus**, presidente e Ceo di Moët Hennessy che non nasconde l'entusiasmo degli intenti comuni fra il colosso del lusso e Jay-Z.