

Vino: psicologo, va cambiato il "vinese", troppo per esperti

Pubblico capisce solo 1 parola su 3 dei sommelier e nelle guide



Redazione ANSA ROMA 26 febbraio 2021 16:10

[Scrivi alla redazione](#)[Stampa](#)

Vino: psicologo, va cambiato il "vinese", troppo per esperti © ANSA

CLICCA PER
INGRANDIRE

ROMA - Per migliorare il dialogo tra esperti e non esperti di vino, va cambiato il linguaggio e l'approccio psicologico e descrittivo nel racconto di un calice in degustazione.

Lo ha detto Roberto Burro, docente di psicologia Università di Verona, intervenuto al primo incontro in digitale della Valpolicella Annual Conference promosso dal Consorzio di tutela dei vini del veronese. Lo studio ha evidenziato che solo un terzo dei termini usati dai sommelier e guide del vino nella comunicazione sensoriale di un assaggio è compreso nello stesso modo da esperti e non esperti. In particolare, analizzando le guide enologiche, i disciplinari di produzione, e i termini tecnici Ais (Associazione italiana sommelier) emerge che, ha precisato Burro, il 40% dei termini utilizzato dai sommelier e produttori, riguarda l'olfatto, altro 40% sono descrittori del gusto, il 16% ha a che fare con la vista, e poco altro (4%) viene lasciato a un racconto diretto del territorio, azienda, storia dei winemaker, correlazioni con moda, arte, design.

Dunque ha poca voce una identificazione della personalità della bottiglia. A volte poi si sottolineano caratterizzazioni che possono essere percepite negative, ad esempio catrame o pipì di gatto (ndr), senza valutare cosa dire e non dire, e che c'è ben altro da evidenziare per raggiungere il cliente con un linguaggio migliore. Sono, nel dettaglio, 64 i descrittori presi in esame dallo studio di psicologia scientifica ed alcuni di essi, come ad esempio tannico, astringente, abboccato, risultano ai più non comprensibili. Una comunicazione più efficace per le aziende, ha aggiunto l'esperto di psicologia, con un approccio personalizzato secondo l'utente e il suo grado di conoscenza della materia enologica, potrà essere implementato da un algoritmo messo a punto dall'ateneo scaligero per offrire nuove categorie di profilazione psicologica del cliente. "Interessante la proposta di cambiare il "vinese" ha commentato il presidente del Consorzio di tutela dei vini Valpolicella Christian

Marchesini: "spesso - ha ammesso - ci capiamo tra noi, ma evidentemente il consumatore vuole un linguaggio nuovo e più inclusivo. Non solo per gli addetti ai lavori".

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

