Comunicare il vino al trade: vince chi ne sa di più?

scritto da Veronica Zin | 1 Settembre 2026

Il settore vino discute da tempo il bisogno di un linguaggio più accessibile per i consumatori, ma la stessa esigenza riguarda anche la comunicazione tra addetti ai lavori. L'articolo analizza il conflitto tra competenza tecnica e narrazione autentica, chiedendosi se l'autorevolezza nel trade passi ancora attraverso dati e schede tecniche o attraverso relazioni e racconti personali.

Recentemente ho avuto una conversazione con un professionista del settore, molto preparato e con anni di esperienza alle spalle, che sosteneva una tesi tanto diretta quanto tagliente: gli operatori del settore vino devono essere prima di tutto esperti tecnici, altrimenti non hanno titoli per parlarne. No alle supposizioni, niente impressioni, solo dati, struttura, fonti verificabili. Una posizione legittima, anche

condivisibile.

Poi, qualche giorno dopo, mi sono imbattuta in un articolo di The Drinks Business a firma di Sarah Neish (Forget consumers – we need to change the way we talk to the *trade*) che, partendo da un intervento della sommelier di Air Canada Véronique Rivest all'International Cool Climate Chardonnay Celebration, sosteneva una tesi quasi opposta: da anni ripetiamo che bisogna smettere di intimorire i consumatori con un linguaggio tecnico e distante, ma continuiamo a parlare tra addetti ai lavori esattamente allo stesso modo, tra note di degustazione, punteggi e schede tecniche. Come se il problema riguardasse solo chi sta fuori dal settore, e non anche chi ci lavora dentro.

Ma quindi: il trade vuole davvero più tecnicismo, oppure vuole prima di tutto essere trattato come un pubblico con cui costruire una relazione, esattamente come i consumatori?

Forse non esiste una risposta netta valida per tutti, ma vale la pena entrare nella contraddizione invece di scavalcarla. Perché se guardiamo a come il settore comunica al proprio interno, la componente tecnica non è mai stata solo informazione: è anche un modo per marcare la propria appartenenza. Terreni, pH, sboccature, gradi di zuccheri residui. Sapere queste cose, e saperle nominare con precisione, è da sempre uno dei modi in cui il trade riconosce chi appartiene al club e chi no.

Ma è anche vero, come nota Neish, che questo stesso linguaggio tecnico è diventato per molti versi uno scudo. Una scheda tecnica non si smentisce mai, non espone chi la scrive a un giudizio personale, non richiede di prendere posizione. Raccontare invece perché un vino "sembra casa" a chi lo produce, per usare le parole di Neish, significa non solo cambiare la chiave comunicativa – e già questo costa una certa fatica – ma anche esporsi: scegliere un punto di vista, un'interpretazione, un tono.

Spostarsi da una comunicazione fatta di dati verificabili a una fatta di narrazione e relazione rende, in un certo senso, più vulnerabili: chi scrive o comunica in questo modo si assume la responsabilità di un'interpretazione, non si nasconde più dietro l'oggettività (apparente) del dato tecnico.

Forse un punto che sfugge quando si pensa alla comunicazione del vino rivolta al trade è che, essendo un pubblico di esperti, si dà per scontato che l'unico modo per essere presi sul serio sia parlare la stessa lingua tecnica. E se, invece, proprio perché la competenza è già acquisita e non va più dimostrata, non fosse meglio uno stile più narrativo e umano?

Forse vale la pena chiedersi se anche nel vino la vera autorevolezza non passi più per l'accumulo di dettagli tecnici, ma per quello che, come riportato nell'articolo di The Drinks Business, Rivest chiedeva già ai produttori nei confronti dei consumatori: smettere di dire agli altri cosa devono sentire o percepire in un vino, e raccontare invece qualcosa di autentico, vissuto, vero. Un invito che vale anche per chi si rivolge a chi il vino lo conosce già bene.

Forse la domanda da fare, a questo punto, non è più solo nostra. È degli operatori del settore, degli addetti ai lavori, degli esperti: qual è, per voi, la chiave di comunicazione giusta?

Punti chiave

1. **Il trade si divide tra chi cerca più competenza tecnica e chi preferisce relazione e narrazione autentica**.
2. **Il linguaggio tecnico funziona anche come segno di appartenenza**, oltre che come strumento informativo.
3. **Le schede tecniche proteggono chi comunica**, tenendolo

lontano da giudizi personali e prese di posizione.

4. **Raccontare in modo narrativo espone chi comunica a un punto di vista personale e soggettivo**.
5. **L’autorevolezza nel vino potrebbe dipendere più dall’autenticità del racconto** che dall’accumulo di dettagli tecnici.