

Musica e vino: due strumenti culturali capaci di creare connessione ed emozioni

scritto da Agnese Ceschi | 16 Gennaio 2026



Musica e vino come linguaggi culturali capaci di creare connessione, emozione e comunità. Nell'intervista a Susan R. Lin MW, Master of Wine e musicista classica, emerge una visione internazionale che intreccia disciplina e piacere, nuove geografie del vino asiatico, trasformazioni del mercato statunitense e sfide cruciali nella comunicazione verso le nuove generazioni.

“Amo creare esperienze speciali con la musica e il vino.” In questa frase, apparentemente semplice, è racchiuso il percorso umano e professionale di Susan R. Lin MW, Master of Wine che vive negli Stati Uniti con esperienza di vini asiatici. In questa intervista, **Susan R. Lin racconta come musica e vino**

condividano la stessa tensione tra disciplina e piacere, tra studio e impatto emotivo, offrendo uno sguardo lucido e internazionale sul ruolo del Master of Wine oggi, sulle nuove geografie del vino asiatico, sulle trasformazioni del mercato statunitense e sulle sfide della comunicazione verso le nuove generazioni. Un dialogo che mette al centro il vino non solo come prodotto, ma come strumento culturale, capace di creare connessione, comunità ed esperienze che lasciano il segno.

Qual è il tuo percorso di studi? Come ti sei “innamorata” del vino?

Il mio interesse per il vino è nato fin da bambina grazie a mio nonno. Lo osservavo intrattenere gli adulti la sera ed ero profondamente affascinata da come riuscisse a portare tanta gioia tra i suoi ospiti con la sua vivace conversazione e la sua passione per la condivisione di vini e cognac. Così ho iniziato a studiare il vino da autodidatta, ma dopo la laurea ho voluto applicare un po' di rigore ai miei studi iniziando il programma WSET ed è così che alla fine sono stata reclutata nel settore vinicolo da un compagno di studi. Contemporaneamente ho intrapreso anche un Master of Fine Arts in Pianoforte Classico e Musicologia, il che è un po' folle per l'impegno richiesto da entrambi i percorsi. Tutto ciò che sapevo era che dovevo assolutamente coltivare entrambe queste passioni, e ho trovato un modo per farlo contemporaneamente. Lo faccio tuttora, perché **amo creare esperienze speciali con la musica e il vino.**

Oggi sei una Master of Wine e una Master of Fine Arts in Pianoforte Classico e Musicologia: quali sono i punti in comune tra questi due mondi?

Ci sono due aspetti principali che credo che musica e vino abbiano in comune, in termini molto generali. Per prima cosa,

il piacere e l'impatto: sia la musica che il vino variano notevolmente nello stile e gli individui possono avere preferenze personali molto diverse. **Eppure, entrambi possono avere un impatto incredibilmente significativo sui nostri sentimenti, esperienze ed emozioni.**

Inoltre, la disciplina e lo studio: musica e vino richiedono un profondo lavoro accademico e intellettuale per acquisire le competenze necessarie per comprenderli e produrli, ma è necessario un reale apprezzamento della qualità sensoriale di ciò che viene creato. **C'è quindi un aspetto edonistico in contrasto con la dura disciplina richiesta per diventare competenti nella materia.** Più di ogni altra cosa, sia la musica che il vino hanno il potenziale per regalarci esperienze profondamente trasformative e di grande impatto.

Quali sono le tendenze più importanti nel settore vinicolo in Asia in questo momento? Qual è il potenziale dei vini asiatici?

Il mondo sta assistendo all'arrivo di sempre più vini asiatici sul mercato globale e questa tendenza probabilmente continuerà. Io credo che avere un numero maggiore di produttori di vino in diverse parti del mondo sia un trend positivo per il vino stesso, infatti una maggiore diversità di stili e origini offre ai consumatori maggiori possibilità di esplorazione. **Durante la mia esperienza come giudice per i Decanter World Wine Awards lo scorso anno, ho valutato un'ampia gamma di vini provenienti dall'Asia, tra cui Indonesia, diverse regioni dell'India, Giappone, Cina e altri ancora.** C'erano alcuni vini molto ben fatti e di carattere. La diversità asiatica è sorprendente non solo negli stili, ma anche nelle fasce di prezzo, e non vedo l'ora di vedere sempre più vini entrare nel mercato globale nei prossimi anni.

Qual è il ruolo di un Master of Wine secondo Lei?

Un Master of Wine è un esperto di vino non solo in un aspetto del settore, ma possiede una solida conoscenza di tutti gli aspetti. Un Master of Wine è quindi una sorta di ambasciatore del mondo del vino. È in qualche modo simile a un dottorato di ricerca in enologia per il suo rigore accademico, sebbene le prime due fasi dell'esame valutino la conoscenza e la comprensione di tutti gli aspetti del settore vinicolo. Sottolineo "comprensione" perché la pura informazione in sé non è l'obiettivo del Master of Wine.

I Master of Wine provengono da tutto il mondo, provengono da background di studio diversi e hanno percorsi di studio diversi. **Questa diversità dimostra come il Master of Wine sia applicabile a molte carriere, perché in definitiva è ciò che ne fai.** Ognuno di noi prende ciò che ha imparato e continua a costruire le proprie esperienze a modo suo.

Comunicazione del vino: cosa possiamo migliorare per raggiungere i giovani consumatori?

Io adotterei un approccio chiaro, che mi appartiene: incontrare le persone dove si trovano. Sforzarsi di capire cosa è importante per loro, quali sono le loro aspirazioni, cosa gli manca o cosa vorrebbero avere nella loro vita. **Il vino può creare connessione e cameratismo e aprire la strada al dialogo e alla comprensione tra le persone.** Molte delle scelte che facciamo nella vita sono spesso volte a creare una comunità, che ci faccia sentire convalidati e ispirati. Il vino ha un potenziale meraviglioso da svolgere in questo.

Quali sono le tendenze più importanti negli Stati Uniti, dove vivi, in questo momento?

Dai dati che leggiamo, sembra che ci sia un vero e proprio cambiamento culturale tra le giovani generazioni che desiderano concentrarsi sulla salute e sul benessere, inclusa la preoccupazione per il proprio aspetto sui social media. Il consumo di alcol potrebbe non sembrare molto attraente in questo senso. **Allo stesso tempo, stanno emergendo tendenze che abbiamo già visto in passato, la principale delle quali è che quando una generazione raggiunge il potere d'acquisto, tende ad acquistare, o ad acquistare di più, vino.** Lo stiamo osservando ora con i Millennial e persino tra la Generazione Z più anziana.

Allo stesso tempo, la Generazione X non ha ricevuto molta attenzione dal settore, nonostante sia la generazione con i maggiori consumatori di vino, secondo i dati. **I più giovani di questa generazione hanno ancora, con un po' di fortuna, molti anni per godersi la vita e rappresentano una fascia demografica importante per il nostro settore.**

Un mercato più accogliente per i packaging alternativi è uno sviluppo importante, in qualche modo legato alle tendenze del benessere. **Il confezionamento monodose consente di controllare le dimensioni delle porzioni, e le opzioni senza vetro facilitano il consumo del vino in molti più contesti.**

Un'altra tendenza chiave si riflette in altre parti del mondo, in linea con l'attenzione al benessere: le bevande a basso contenuto alcolico o analcoliche vengono prese sul serio e stiamo assistendo a investimenti concreti in questo settore, come quelli di LVMH. **Avere più opzioni per le persone che desiderano avvicinarsi al vino, o per provarlo, è una risorsa preziosa per il mondo del vino.**

Punti chiave:

1. Musica e vino condividono equilibrio tra rigore tecnico ed esperienza emotiva.
2. Il vino è uno strumento culturale, non solo un prodotto commerciale.
3. L'Asia sta emergendo come nuova e interessante geografia del vino globale.
4. Il Master of Wine è una figura trasversale, ambasciatore e interprete del settore.
5. Per coinvolgere i giovani servono linguaggi inclusivi, attenzione al benessere e nuove modalità di consumo.