

Percezione del vino e contesto sociale: i risultati della ricerca

scritto da Redazione Wine Meridian | 8 Maggio 2023



Il distributore leader di vini [Berkmann Wine Cellars](#) ha collaborato con il Professor Charles Spence, psicologo sperimentale e professore presso l'Università di Oxford, per capire l'impatto che l'ambiente circostante può avere sulla percezione del gusto delle bevande, in particolare del vino.

La ricerca ha evidenziato che:

- quasi due terzi (62%) dei consumatori apprezzano molto di più il gusto delle loro bevande quando cenano fuori casa rispetto a quando le consumano all'interno delle pareti domestiche;
- otto su dieci (84%) concordano sul fatto che sedersi

intorno a un tavolo con un ottimo vino, cibo delizioso e una compagnia stimolante sia la situazione felice per eccellenza;

- più di due terzi (68%) delle persone ritengono che il cibo e il vino non abbiano lo stesso sapore se consumati in solitudine, il che rende più opportuna la socializzazione.

Anche la scelta del vino è spesso influenzata dal contesto sociale:

- un consumatore su quattro (28%) modifica il tipo di vino scelto a seconda del luogo in cui lo consuma;
- oltre la metà (51%) ha dichiarato di apprezzare maggiormente il vino quando si mangia fuori casa con la famiglia;
- più di uno su tre (37%) afferma di preferire il sapore del vino quando si organizza una cena o un pranzo per amici e familiari.

Anche le persone con cui siamo in compagnia giocano un ruolo cruciale:

- nove su dieci (92%) affermano che il sapore del cibo e del vino è migliore quando sono circondati da persone care.

Il professor Spence, la cui ricerca analizza il modo in cui il nostro cervello elabora le informazioni provenienti da ciascuno dei cinque sensi, ha spiegato: “Esiste un legame intrinseco tra le indicazioni sociali ed emotive e l’esperienza di consumo di cibo e vino. Ciò si lega alla **teoria della “facilitazione sociale”**, secondo la quale tendiamo a gustare di più il cibo e le bevande quando siamo in presenza di persone che ci piacciono. Allo stesso tempo, la

nostra percezione della qualità e del piacere del cibo e del vino che consumiamo è probabilmente influenzata dalle espressioni facciali e dai gesti di chi ci circonda”.

La ricerca ripresa dal sito britannico Retail Times, ha anche evidenziato un chiaro **legame tra lo stato d’animo di una persona e la sua percezione del vino che sta degustando**. La metà dei consumatori britannici (50%) ritiene che il vino abbia un sapore migliore quando si avverte una sensazione di relax, felicità (28%) ed eccitazione (10%).

Il professor Spence aggiunge: **“È anche probabile che l’umore sia migliore quando si beve e si mangia con gli amici, e questo influenza anche il nostro gradimento**. Questo è un elemento del cosiddetto “Provencal Rosé Paradox”, ovvero l’osservazione che il sapore e il piacere di un vino specifico possono cambiare in base al contesto e all’ambiente in cui ci troviamo. Questo dimostra che **le situazioni sociali in cui ci troviamo possono influenzare notevolmente il modo in cui sperimentiamo il gusto e il godimento**; un’interazione sociale positiva aumenterà automaticamente il nostro umore, il che significa che la nostra capacità di apprezzare i sapori sarà notevolmente aumentata”.

“Visto i consumatori tendono a preferire consumare vino fuori casa” evidenzia Charles Marshall, COO di Berkman Wine Cellars “i proprietari ed i ristoratori hanno la possibilità di dare una spinta positiva alla loro lista vini, offrendo vini meno conosciuti, proponendo profili gustativi nuovi e interessanti che si abbinino a cibi diversi ed assicurandosi che la loro offerta sia la caratteristica principale del locale”.