Descrivere un vino come un “succo di kiwi”: dove tracciare il limite della banalizzazione?

scritto da Veronica Zin | 3 Luglio 2025



Nel tentativo di rendere il vino più accessibile, cresce l’uso di un linguaggio semplice e quotidiano nei wine bar e tra i promotori del vino naturale. Ma semplificare troppo può anche impoverire il significato e il valore del vino stesso. Un equilibrio tra chiarezza e profondità diventa cruciale per una comunicazione autentica ed efficace.

Al supermercato non si potrebbero aprire i flaconi di ammorbidente. Tuttavia, come facciamo a capire che fragranza ha un ammorbidente che dovrebbe profumare di “raggio di sole”? Oppure di “nuvola di cotone”, “campanula selvatica e

bergamotto”?

Allo stesso modo, cosa ci dicono gli aggettivi “persistente”, “corto”, “delicato” riferiti ad un vino? Cioè: che gusto ha un vino corto? Un vino persistente? E un vino delicato?

A tal proposito, in un recente articolo di Wine Enthusiast intitolato *Natural Wine Democratized ‘Winespeak.’ But Does It Make Any Sense?* Pete Ternes – co-fondatore di middle Brow Bungalow, pizzeria, birreria e vineria a Chicago – dice: “Per quanto sia difficile da accettare, la maggior parte dei termini tecnici legati al vino non ha motivo di esistere. Servono solo a separare chi sa da chi non sa, creando un problema di accessibilità. Non stiamo servendo accessibilità se usiamo termini che non dicono nulla”.

Ternes afferma inoltre che in un momento storico in cui il consumo di vino è in declino, il vino naturale ha avuto un’esplosione negli ultimi anni, con le vendite che continuano a crescere. Come? **La categoria ha cambiato il modo in cui molte persone parlano di vino, sostituendo termini formali con espressioni più accessibili perché facili da capire**.

In questo contesto i wine bar rappresentano oggi una delle leve più efficaci per favorire il consumo di vino, soprattutto tra i consumatori meno esperti e più giovani. Questo perché, diversamente dai ristoranti tradizionali, questi luoghi offrono un’esperienza più informare e accessibile, dove il vino viene percepito come un’opportunità di convivialità e scoperta.

Secondo una ricerca di IWSR, i wine bar sono considerati ambienti “educational-friendly”, in cui è possibile imparare sul vino senza sentirsi giudicati. L’analisi evidenzia come questo format favorisca il consumo, stimolando il desiderio di provare etichette nuove, naturali, spesso artigianali o territoriali, e di spendere in modo più consapevole.

Anche il rapporto Nomisma Wine Monitor sul consumo fuori casa

(2023) sottolinea la crescente attrattività del canale “wine bar/enoteca con mescita”, in particolare tra i Millennial, che cercano contesti sociali e rilassati per avvicinarsi al vino.

È chiaro, dunque, che la democratizzazione del vino passa non tanto per il prodotto in sé, quanto per il modo ed il luogo in cui viene presentato.

Tuttavia, è importante tracciare una linea di confine.

La ricerca di un linguaggio più accessibile per il vino, pur essendo lodevole, porta inevitabilmente con sé il rischio di scadere in una semplicità eccessiva, che finisce per impoverire il prodotto stesso. Ne è un esempio calzante la visione di Pete Ternes che, come riportato nell’articolo di Wine Enthusiast, nel suo intento di rendere il vino comprensibile a tutti, ha spinto la semplificazione fino a descrivere alcune bollicine bianche – un tempo etichettate con dettagli come “coltivate senza irrigazione” e “pigiati a piedi”, senza filtrazione – semplicemente come “Vidal Blanc / succo di kiwi”.

Ridurre la complessità e la profondità di un prodotto a un paragone così elementare non è solo una semplificazione, ma una banalizzazione che rischia di essere avvilente su più fronti.

Innanzitutto, si sottovaluta e svaluta il consumatore: presentare un vino che ha la sua storia, il suo terroir e le sue sfumature, come un mero “succo di kiwi” implica la convinzione che il pubblico sia incapace di afferrare concetti più elaborati, o che non sia interessato a farlo.

In secondo luogo, una descrizione così banale e riduttiva è scoraggiante per il vino stesso e per l’intero comparto.

Come in tutte le cose della vita: l’equilibrio sta nel mezzo.



Per questo abbiamo chiesto il punto di vista di Massimiliano Trevisan pr

op
ri
et
ar
io
de
l
wi
ne
ba
r
“A
ll
e
Er
be
”,
in
ce
nt
ro
a
Vi
ce
nz
a.

La sua filosofia di comunicazione è improntata alla chiarezza e alla sincerità, senza rinunciare alla profondità: **“Usiamo parole molto semplici perché per noi è il modo più semplice e diretto.** Parliamo di aromaticità (e che tipo di aromaticità), indaghiamo sulla parte minerale (salato, sapido) e mettiamo in evidenza le note di acidità e la freschezza. Un linguaggio diretto che non intimidisce e permette una comprensione immediata”.

In un contesto dove la definizione stessa di “vino naturale”

genera spesso confusione, “Alle Erbe” preferisce un approccio più descrittivo e trasparente. **“Non parliamo di naturale perché in questo momento ci sono tanti prodotti che si trovano a mezza via,”** spiega Trevisan, “perciò, preferiamo parlare di vini artigianali, di piccoli produttori, di vini che impattano poco sulla biodiversità. Ma, forse ancora più importante, la narrazione si concentra spesso sulla storia che c’è dietro alle cantine più che del vino stesso, creando un legame emotivo che trascende il puro dato tecnico”.

Il vino merita una comunicazione che sia al tempo stesso autentica e accattivante. I nuovi approcci, pur tra luci e ombre, rivelano una chiara volontà del settore di riconnettersi con le esigenze dei consumatori e questo sarà sempre positivo.

Punti chiave

- **Linguaggio semplice accessibile** aiuta nuovi consumatori ad avvicinarsi al vino senza sentirsi esclusi.
- **Wine bar fondamentali** per l’educazione informale al vino, soprattutto tra i giovani e non esperti.
- **Semplificare può banalizzare**: un linguaggio troppo elementare rischia di svalutare il prodotto.
- **Storie e produttori** sono strumenti narrativi più efficaci delle note tecniche nella comunicazione enologica.
- **Equilibrio tra chiarezza** e profondità è la chiave per una narrazione efficace e rispettosa del vino.