



Donne della Vite a Vinitaly 2017 – Vino&Paesaggio: emozioni dal cervello

VINITALY 2017 - ESISTE UNA RELAZIONE POSITIVA TRA UN BEL PAESAGGIO E IL GIUDIZIO SUL VINO E SI PUÒ QUANTIFICARE. LO DIMOSTRA LA RICERCA “VINO&PAESAGGIO” DELLE DONNE DELLA VITE CHE PROSEGUE INDAGANDO SULLE EMOZIONI CON LE NEUROSCIENZE

Esiste una relazione positiva tra un bel paesaggio viticolo e il giudizio sul vino che vi si produce? E questa influenza si può quantificare? La risposta affermativa arriva dai risultati della ricerca “Vino&Paesaggio: appuntamento al buio” delle Donne della Vite presentati l’11 aprile al Vinitaly 2017.

Il paesaggio è uno dei focus delle Donne della Vite che lo intendono nel “suo significato più ampio di conservazione dell’ecosistema, convinte che comprenderne il valore sia fondamentale per fare scelte aziendali e di denominazione nella direzione dei valori di etica e bellezza sostenuti dell’Associazione”.

La ricerca si è svolta, con un format assolutamente inedito, nei 4 giorni del Vinitaly 2016. Ben 460 persone si sono sottoposte a un test presso lo stand delle Donne della Vite degustando alla cieca e in sequenza vini abbinati a paesaggi, secondo un piano sperimentale messo a punto dal Crea-Viticultura Enologia (CREA-VE) di Conegliano. La numerosità dei dati raccolti è eccezionale e consolida la validità statistica dei risultati, visto che una sperimentazione ‘ordinaria’ vengono coinvolte solo poche decine di persone.

“La ricerca sulla relazione esistente tra caratteristiche del paesaggio e il gradimento estetico-percettivo del vino – ha spiegato Diego Tomasi, direttore del CREA-VE – ha messo in evidenza che le persone hanno una elevata capacità di giudicare il paesaggio e, inequivocabilmente in base ai test statistici con cui abbiamo elaborato i dati, che ai vini prodotti in territori gradevoli dal punto di vista paesaggistico viene attribuita una qualità superiore. Una conferma importante su un campione solido: il concetto di terroir lega la vite e l’uva ad un territorio di cui il paesaggio è il primo elemento che cattura, attrae e lascia un segno indelebile”.

A fronte dell’importanza crescente del turismo del vino in Italia, passato da 10 milioni di presenze nel 2014 a 14 milioni nel 2015, per valori cresciuti da 2 a 2,7 miliardi di euro, manca una presa di coscienza del valore del paesaggio, oltre che una vera strategia di valorizzazione e comunicazione del patrimonio viticolo.

“Vogliamo cominciare a parlare di ‘viticultura etica’ – ha esordito Valeria Fasoli, agronoma e presidente delle Donne della Vite. Nella consapevolezza che il vigneto si inserisce nel paesaggio, che è un patrimonio collettivo, riteniamo che l’agronomo, figura determinante nelle scelte, debba considerarne anche la bellezza estetica che si integra con i punti cardine della viticoltura attenta e sostenibile”.

Le scelte all’impianto – come il rispetto della stratigrafia dei suoli e dell’orografia dei versanti, della tradizione storica per scelta varietale e forma di allevamento – e la gestione del vigneto – i materiali strutturali e di gestione utilizzati – influenzano l’inserimento del vigneto nel paesaggio.

E non si pensi che la presenza di un albero, di un castello, in sostanza di un iconema, o di pali e legacci di materiali e colori diversi siano elementi trascurabili. Perché sono i dettagli a modificare le emozioni. Citando Antonio Damasio (1994) “non siamo macchine pensanti che si emozionano, ma macchine emotive che pensano”.

“E allora come indagare sulle emozioni che rendono memorabile un vino per andare oltre i risultati conseguiti con la ricerca del 2016? – ha raccontato Clementina Palese, giornalista e vicepresidente delle Donne della Vite. Come eludere la parte razionale andando a misurare le emozioni? Si tratta di domande a cui le neuroscienze possono rispondere. Per questo continueremo la ricerca ‘Vino&Paesaggio’ con gli strumenti propri del neuro marketing aggiungendo il nuovo capitolo ‘Emozioni dal cervello’. Per questo abbiamo coinvolto come partner scientifico Vincenzo Russo del Centro di ricerca di Neuromarketing Behavior and Brain Lab dell’Università IULM”.

“L’importanza del particolare è spesso sottovalutata – ha spiegato Vincenzo Russo. Non sembri quindi ossessiva la cura dei dettagli in un vigneto o nella comunicazione aziendale, perché non siamo soggetti razionali, ma ‘razionalizzanti’. La maggior parte delle scelte di acquisto e di decisione, infatti, sono prese senza un’immediata attivazione del sistema cognitivo, ma grazie all’attivazione, a volte inconsapevole, del sistema adattivo delle emozioni, dando significato a ciò che si è fatto solo dopo avere agito. Con il progetto di ricerca che abbiamo sviluppato con le Donne Della Vite andremo a verificare la reazione emotiva che la visione di differenti paesaggi vitivinicoli ha sul consumatore medio. Verificheremo l’esperienza emotiva valutando le aree del cervello che si attivano (con l’elettroencefalogramma) e la sua intensità misurando la conduttanza cutanea. Indagheremo anche sul gradimento degli elementi del paesaggio con la valutazione del comportamento visivo (Eye Tracking)”.

Contatto per la stampa:

Clementina Palese - *giornalista professionista*

347.7350851

clementina.palese@gmail.com

Donne della Vite a Vinitaly 2017 – Vino&Paesaggio: emozioni dal cervello **Sala Puccini - Centro Congressi Arena (1° piano galleria tra i padiglioni 6 e 7)**

PROGRAMMA CONVEGNO

“Vino&Paesaggio: appuntamento al buio”. Fare ricerca al Vinitaly

Clementina Palese, *vicepresidente delle Donne della Vite e giornalista professionista*

Le complesse emozioni del bere il bello

Diego Tomasi, *Direttore CREA-VE – Conegliano (TV)*

Viticultura etica: l'agronomo in primo piano sulla tutela del paesaggio

Valeria Fasoli, *presidente delle Donne della Vite e agronoma*

Vino, neuroscienze e percezioni

Vincenzo Russo, *professore di psicologia dei consumi e neuromarketing e di psicologia della comunicazione, Università IULM. Direttore scientifico del Centro di ricerca di Neuromarketing Behaviour and Brain lab IULM.*



**Consorzio
Tutela Vini
Oltrepò Pavese**

Jane Couture
architettura del vino



Una famiglia al Servizio dell'Agricoltura

LOCCI AGRICOLTURA SAS

PRODOTTI PER L'ALLEVAMENTO E L'AGRICOLTURA

www.locciagricoltura.com



IMAGE LINE®
INTERNET • COMUNICAZIONE • AGRICOLTURA



L'innovazione in viticoltura

www.vivairauscedo.com