



Personalità & VINO

Nuovi sguardi dalla psicologia

“**Q**uel vestito pare fatto apposta per te!” “Non metterei mai quelle scarpe, ma su di te, stanno benissimo!”. Non ci sorprende pensare che quello che indossiamo, come ci muoviamo o gesticoliamo «rifletta» la nostra personalità. Ma vi siete mai chiesti se qualcosa di simile valga anche per i vini? In altre parole c'è un nesso tra come noi siamo, la nostra personalità, e le caratteristiche sensoriali dei vini che ci piacciono?

Un gruppo di ricercatori delle Università di Verona e Macerata - psicologi esperti nello studio della percezione, cognizione e linguaggio umani (www.cognitivematrix.com) - hanno mostrato che il nesso c'è. La ricerca è stata presentata nell'ambito di *Mind in Context – Context in Mind*, l'edizione numero 22 del convegno biennale della *International Society for Gestalt Theory and its Applications* tenutosi per la prima volta in Friuli Venezia Giulia, organizzato in collaborazione con l'Università degli Studi di Trieste e in co-organizzazione con il Comune di Trieste.

Quasi 1200 soggetti adulti italiani hanno partecipato a uno studio in cui veniva chiesto di elencare “i vini

che ti piacciono”, ma in cui veniva anche identificato il profilo di personalità di ciascun partecipante attraverso un noto strumento psicometrico (il *Big Five*). Incrociando questi dati (e dati socio-anagrafici) si scopre che dolcezza e sapidità sono caratteristiche dei vini graditi ai più giovani, mentre l'apprezzamento per vini con elevata alcolicità, tannicità, corpo, persistenza e complessità aumenta con l'aumentare dell'età. E queste ultime sono anche caratteristiche dei vini più spesso graditi da consumatori di sesso maschile piuttosto che femminile. Per quanto riguarda la personalità, si è scoperto che soggetti con elevata amicalità (fiducia, altruismo, empatia) tendono a preferire vini alcolici, con complessità di *bouquet* e ridotta acidità; che le persone stabili emotivamente preferiscono vini persistenti, complessi, con elevato corpo, mentre le persone con maggiore volubilità d'umore amano vini con minor corpo e tannicità e apprezzano la sapidità. Altri nessi sono emersi rispetto all'apertura mentale (cioè all'essere più abitudinari o invece spinti alla ricerca di nuove esperienze) e all'estroversione (cioè all'essere persone che ricercano le interazioni sociali, loquaci e assertive oppure persone riservate e introversive). Informazioni interessanti di per sé, ma anche potenzialmente utili, se bene utilizzate, per orientare scelte di *marketing*.