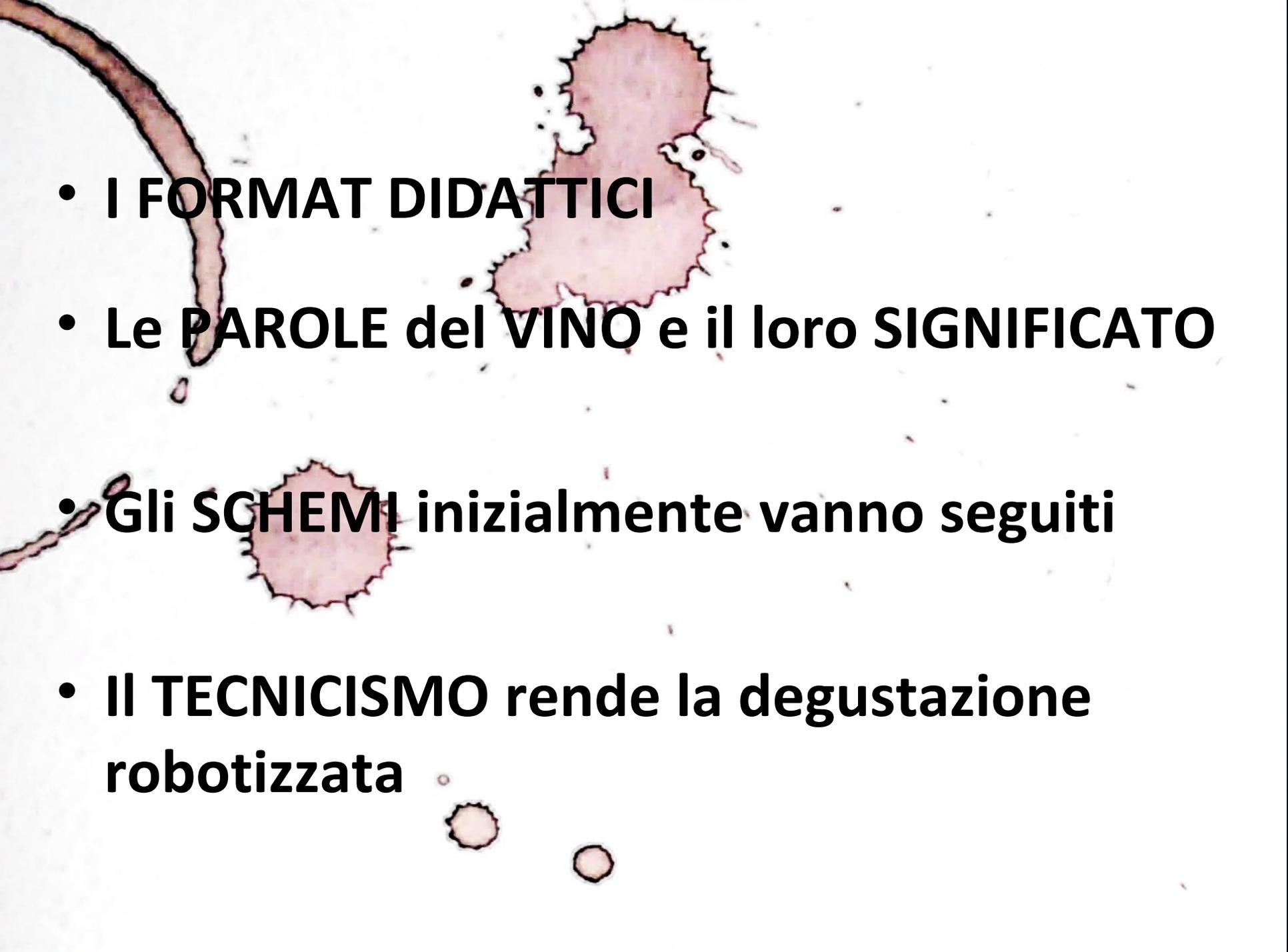


A watercolor illustration on a white background. On the left, a large, light brown globe is partially visible, showing continents and oceans. Scattered around the globe are several circular and irregular shapes in shades of pink and light brown, some with spiky or scalloped edges, resembling microscopic organisms or abstract forms. The overall style is soft and artistic.

LA DEGUSTAZIONE

Roberto Gardini

- 
- **I FORMAT DIDATTICI**
 - **Le PAROLE del VINO e il loro SIGNIFICATO**
 - **Gli SCHEMI inizialmente vanno seguiti**
 - **IL TECNICISMO rende la degustazione robotizzata**

OGGETTIVITA' nella DEGUSTAZIONE

- **Conoscenza dei TERRITORI**
- **Conoscenza delle ANNATE**
- **I CRU di riferimento**
- **ESPERIENZA**

Esempi:

Langhe – cru

Riesling – Italia-Francia-Germania-Austria-
Australia....

SOGGETTIVITA' nella DEGUSTAZIONE

Ogni degustatore interpreta e vive il vino in base a:

- ***GUSTO PERSONALE***
- ***STATO EMOZIONALE***
- ***STATO FISICO***

DEGUSTAZIONE alla CIECA

Nel tempo permette di...

– FOCALIZZARE meglio I TERROIR

– RICONOSCERE i VITIGNI/VINI coperti

Il NASO gioca un ruolo fondamentale

La GRAMMATICA del VINO

VISIVO

- **Colore**
- **Densità**
- **Limpidezza**

La GRAMMATICA del VINO

OLFATTO

- Pulizia
- Prime Impressioni
- Parte Finale

La GRAMMATICA del VINO

GUSTO

- Senza seguire SCHEMI
- Parlare della prima percezione più «IMPRESSIVE», più INCISIVA che si PERCEPISCE
- RETROLFATTO finale
- PIACEVOLEZZA e BEVIBILITA'

OMOLOGAZIONE

- **Moda dei vini barricati/uso della BARRIQUE**
- **VITIGNI INTERNAZIONALI**
- **La CRITICA**
- **I CONSUMATORI**
- **Vini TECNOLOGICI**
- **Vini ARTIGIANALI**
- **Vini «NATURALI»**

.....

STANDARDIZZAZIONE

- **I Vini del NUOVO MONDO**

- **II MARKETING**

- **Vini ECONOMICI**

.....