

29 Απριλίου 2013

Ηνωμένο Βασίλειο: οι επιτηδευμένες ετικέτες κρασιών ν είναι άσχετες με τις προτιμήσεις των καταναλωτών;

Σύμφωνα με μελέτη που διεξήχθη για online πωλήσεις κρασιών στην ιστοσελίδα Laithwaite wine οι οργανοληπτικές περιγραφές των κρασιών

δεν παρέχουν καμία βοήθεια σε ένα μεγάλο ποσοστό των Βρετανών καταναλωτών. Τα αποτελέσματα της online έρευνας (με 1.000 άτομα) αναφέρουν ότι το 55% των ερωτηθέντων έκρινε ότι οι περιγραφές των κρασιών στην ετικέτα δεν βοηθούν να κατανοήσουν τη γεύση των κρασιών. Σχεδόν τα δύο τρίτα τόνισαν ότι τα αρώματα και οι γεύσεις που αισθάνονται δεν είναι οι ίδιες με αυτές που περιγράφονται στην ετικέτα. Στην πραγματικότητα, μόνο το 9% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ο χαρακτηρισμός του κρασιού στην ετικέτα τους βοήθησε να επιλέξουν ένα μπουκάλι.

Σύμφωνα με τους ερωτηθέντες, οι λέξεις που περιγράφουν οι ετικέτες των κρασιών είναι συχνά επιτηδευμένες και άσχετες με το πώς αισθάνονται. Κάποιοι ερωτηθέντες μάλιστα λένε ότι είναι "γραμμένες για να προσελκύσουν τον πελάτη με ψέματα." Το 50% αυτών των καταναλωτών επίσης, πιστεύουν ότι αυτές οι περιγραφές θα μπορούσαν να βελτιωθούν με μια πιο άμεση γλώσσα. Αυτά τα ευρήματα θα ήταν ενδιαφέρον να συμπληρωθούν με μια αντίστοιχη μελέτη ζητώντας τη γνώμη των Γάλλων καταναλωτών.