Wine Quality as a Source of Information Asymmetry

Signals, Screens, and the Role of Emerging Technologies

Jochen Heussner, Jon Hanf

Vol 15, No 1 (2026), pp. 127-149

La qualità del vino è un concetto multidimensionale e controverso che genera persistenti asimmetrie informative tra produttori, consumatori, esperti e autorità di regolamentazione. Questa rassegna sintetizza evidenze multidisciplinari provenienti dall'economia, dal marketing, dalle scienze sensoriali e dall'innovazione digitale per esaminare come le dimensioni intrinseche, estrinseche, istituzionali e culturali della qualità del vino interagiscano con i meccanismi di signalling (segnalazione) e screening (selezione/verifica).
Attraverso una revisione concettuale strutturata e una mappatura sistematica delle evidenze tratte da 76 studi sottoposti a revisione paritaria (peer-reviewed), il lavoro individua i contesti in cui i meccanismi tradizionali – quali il prezzo, la reputazione, le valutazioni degli esperti, le indicazioni geografiche e i sistemi di certificazione – riescono a mitigare l'incertezza e quelli in cui, invece, si limitano a trasferirla lungo la catena del valore.
L'analisi introduce il concetto di sistemi stratificati di fiducia (layered systems of trust), mostrando come ciascuno strumento correttivo riduca un determinato tipo di asimmetria informativa, generando però nuove forme di dipendenza in altri punti del sistema. Gli strumenti digitali emergenti, in particolare la blockchain e le tecnologie correlate per la tracciabilità, offrono modalità complementari per migliorare la trasparenza e la governance, ma introducono anche nuove sfide informative legate all'inserimento dei dati e all'interoperabilità tra sistemi.
L'articolo conclude che i mercati del vino continueranno a basarsi su costellazioni ibride di segnali tradizionali e tecnologici, evidenziando la necessità di sviluppare quadri di governance che integrino l'innovazione digitale con la salvaguardia della complessità sensoriale, culturale e istituzionale del vino.

Parole chiave: qualità del vino; asimmetria informativa; signalling (segnalazione); screening (selezione/verifica); blockchain; trasparenza; innovazione digitale.

Vuoi leggere l'articolo (in inglese)?
Vai sul sito della rivista

Centro Ricerche per la Comunicazione Generativa dal 1991
scientia Atque usus

Estratto a cura del
Centro Ricerche "scientia Atque usus" per la Comunicazione Generativa ETS
e-mail: direzione@sau-centroricerche.org
codice fiscale: 94036600487
www.sau-centroricerche.org