

Diagonales : Qu'importe l'ivresse, pourvu qu'on ait le flacon

19-12-2010

Une équipe d'économistes américains conduite par le critique gastronomique Robin Goldstein a mené une vaste enquête sur le goût des consommateurs de vin en fonction du prix de la bouteille. On a d'abord proposé aux participants de classer selon leurs préférences plusieurs vins issus de bouteilles différentes, dont les étiquettes comportaient le prix. Comme on le devine, c'est en fait le même vin qui était servi chaque fois. Mais ce sont les bouteilles réputées les plus chères qui ont été les mieux notées. Après avoir analysé de nombreuses autres variables, l'étude conclut que, de tous les facteurs qui influencent la perception d'un vin par celui qui le boit, c'est le prix qui se révèle le plus déterminant.

Une piste pour faire plaisir à ses invités si l'on est fauché à la veille des fêtes : changer l'étiquette des bouteilles !

Jean-Jacques
Salomon

jjsalomon@oomark.com