***Mineralità nel vino: un mito che deve*** ***essere sfatato?***

***Giuseppina Paola Parpinello -*** ALMA MATER STUDIORUM - *Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari (DISTAL)*

L'uso del termine "minerale" o "mineralità" è sempre più frequentemente utilizzato per la descrizione dei vini nelle guide, blog e giornali specializzati. Questo descrittore è spesso associato al concetto di “terroir” con l’obiettivo di sottolineare e giustificare l’originalità e peculiarità di un vino. Nonostante ciò, il concetto che il termine “mineralita” trasmette è uno dei più controversi dal punto di vista chimico e manca una condivisione del suo significato anche sul piano sensoriale. Sono molti i riferimenti olfattivi utilizzati per descrivere questa caratteristica: dalla pietra alla grafite, dal fumo al petrolio… ma anche altri come gesso, iodio, ostrica. Una certa correlazione con i sapori fondamentali è stata altresì rilevata. Una tale gamma di descrittori include ovviamente composti chimici appartenenti a famiglie anche molto distanti tra loro. In questo contesto diviene difficile risalire agli elementi chimici che rendono un vino “minerale”. Diversi studi sono stati svolti negli anni per rispondere alla domanda che incuriosisce e attrae gli amanti ed esperti del vino: “la mineralità è un mito da sfatare?” Nel tentativo di trovare una rispondere, diversi studi sono stati effettuati con l’obiettivo di stabilire se questa caratteristica sia attribuibile ad una sola componente o a più elementi che agiscono in sinergia. L’intervento prende in esame tutte le ipotesi valutate sinora nell’ambito di lavori scientifici condotti da centri di ricerca di fama internazionale al fine di delineare un quadro attuale sulla sua origine, definizione e riconoscimento nel vino. In particolare si prenderanno in considerazione gli aspetti riguardanti l’approccio sensoriale, i composti ritenuti responsabili e la loro origine nel vino. Infine verranno analizzati gli aspetti più collegati alla percezione di questa caratteristica da parte di esperti e consumatori.