

# Le personalità dei vini da dessert

*Se i vini hanno un carattere, alcuni da dessert ce l'hanno spiccato e in controtendenza. Ecco cosa risulta da 4.000 test sensoriali ed emozionali condotti alla cieca con il metodo Big Sensory Test Analogo-Affettivo su vini dolci tranquilli*



I vini possono esprimere un carattere, suscitare in chi lo assaggia interpretazioni ed emozioni complesse che vanno al di là del semplice “mi piace” o “non mi piace”? La risposta affermativa, che pure sembra data per incontestabile nel mondo della comunicazione di settore, pure ha suscitato non poche discussioni e polemiche: soprattutto dopo la pubblicazione dei risultati della ricerca compiuta dal Centro Studi Assaggiatori sui riflessi emozionali e interpretativi dell'assaggio. La sperimentazione è durata circa tre anni, in cui diversi panel hanno descritto attraverso 85 parametri sensoriali ed emozionali l'esperienza di complessivamente

4.000 assaggi alla cieca, su vini rossi, bianchi e da dessert. Le correlazioni emerse lo mostrano chiaramente: alcuni caratteri sensoriali oggettivi funzionano di fatto come delle chiavi di personalità, e sono interpretati diversamente a seconda della tipologia di vino. Ecco le correlazioni rilevate per i bianchi da dessert.

## **Il colore: una questione di prestigio**

Sull'aspetto visivo, si sa, il consumatore spacca in quattro il capello. Sarà per questo che il colore dei vini da dessert è risultato un indicatore molto forte di tutto ciò che riguarda il prestigio associato al vino in sé e l'affidabilità dell'azienda che lo ha prodotto.

Un colore ben saturo è associato al valore della cultura e a un alto livello sociale, addirittura alla ricchezza in presenza di riflessi ambrati: insomma, più è scuro e più assume un'immagine maschile, robusta e austera. I semplici riflessi oro, al contrario, fanno pensare a un vino da supermercato, del tutto inadatto all'enoteca o al ristorante; fino ad arrivare ai vini in cui si notano riflessi verdi, considerati poveri e da ignoranti, e addirittura spiacevoli all'olfatto grazie all'effetto sinestesia.

## **Rotondo, dolce, fruttato: il paradigma del piacere**

Cosa piace più di tutto in un vino da dessert? Se consideriamo il piacere puro, quello sceso da considerazioni culturali o di immagine, chi assaggia cerca una bevanda molto rotonda e dolce, priva di qualsiasi traccia amara. Non dimentichiamo l'effetto sinestesia: quando dicono “dolce” i consumatori intendono “fruttato”, e non a caso si tratta di sensazioni strettamente correlate. Che personalità esprime un vino simile? Una grande bontà e piacevolezza, che fa pensare soprattutto a un consumo solitario. Ma attenzione, solo in presenza di una grande struttura questi caratteri sono associati alla ricchezza, all'aristocrazia e alla cultura: altrimenti si tratta di un puro coinvolgimento emozionale, niente più. Infatti la struttura è il carattere che più di ogni altro rende il vino da dessert adatto agli esperti. L'acidità, al contrario, rende un da dessert inadatto al consumo specialmente se in compagnia, ed è assimilata a livello affettivo a un vero e proprio difetto, con cui si fa brutta figura.



## **Floreale: il segreto della seduzione**

In linea di massima, un buon vino da dessert può anche non essere molto floreale, ma per sedurre l'olfatto questa componente non può mancare. Il da dessert floreale è evocativo e invitante, e per chi assaggia è indizio che ci si trova in presenza di un vino d'autore, prodotto da un'azienda piccola ma di successo. A livello inconscio le note di fiori e di miele, insieme a quelle di frutta essiccata, calmano la tensione emotiva e risultano rilassanti.

## **Estraneo o rassicurante?**

Ci sono alcuni aspetti che rendono un da dessert poco familiare o addirittura estraniante. Quali? Sicuramente i difetti aromatici, l'amaro, l'asstringente e le note vegetali, in special modo l'erbaceo; ma anche i profumi agrumati sono considerati piuttosto insoliti e strani. Gli odori di erbe secche, legno e sottobosco sono invece considerati più normali. Tra gli aromi più rassicuranti invece il primato ce l'hanno i frutti cotti, che sono anche per chi assaggia il più grande indice di salutarità: questo non solo nei vini da dessert, ma in tutte le altre tipologie di vini analizzate.

## **Aromi speziati, personalità particolari**

La famiglia degli aromi speziati è l'unica su cui non si può generalizzare, quando si parla di un vino da dessert, perché le note olfattive che la compongono hanno effetti e interpretazioni assolutamente diverse tra loro. Le spezie comuni come il pepe, la cannella o l'anice conferiscono al vino un certo valore culturale e prestigio, unito a una certa austerità; se però si sente solamente il legno, il vino diventa poco accat-

tivante, scheletrico e inadatto a essere consumato nelle occasioni sociali. Tutto il contrario se gli aromi in questione sono vanigliati e ricordano la pasticceria: in questo caso il prodotto acquisisce insieme all'austerità una spiccata ricchezza e aristocrazia. Insomma, la barrique non è né bandita né un must, tutto dipende da come viene usata.

## **Vini da enoteca, vini da supermercato**

Quando si parla di vini da enoteca o da supermercato non si allude semplicemente alla fascia alta o bassa: i dati rilevati dimostrano che, secondo gli assaggiatori, possono esistere buoni vini da supermercato e cattivi (o meglio ostici) vini da enoteca. L'immaginario legato a questi due canali distributivi è più sottile, e riguarda gli aspetti più comuni o più rari che si possono trovare in un vino da dessert, quelle sensazioni che segmentano tra vini ordinari e vini particolari. Ecco perché sono risultati caratteri spiccatamente da enoteca le rare note della frutta esotica e degli agrumi, ma anche certi sentori chimici e ossidativi: questo probabilmente perché i campioni analizzati includevano certi marsala e passiti trattati con muffa nobile. Fatto sta che il vino semplice, dolce e rotondo che piace tanto al nostro io istintivo non è affatto considerato da enoteca, ma neppure da supermercato: il da dessert da supermercato è quello di colore dorato, che sa tanto di frutta secca ma anche di erbe, fresche, balsamiche o aromatiche che siano. E di legno: come il rosso del falegname, anche il da dessert legnoso è considerato un vino da grande distribuzione.

Manuela Violoni