

ANALISI SENSORIALE

Il Projective Mapping applicato ai formaggi spalmabili

Adacta International ha condotto un'analisi delle proprietà sensoriali di alcune delle più significative marche di formaggi spalmabili presenti sul mercato, con l'obiettivo di fornire una fotografia oggettiva della varietà sensoriale che si riscontra a scaffale per questa tipologia di prodotto. Fra le finalità di quest'analisi, quindi, non rientra assolutamente stabilire graduatorie di gradevolezza o di qualità, né pretendere di segnalare pregi o difetti di questo o quel prodotto. L'analisi è stata condotta da uno dei panel di giudici addestrati – che fanno capo ad Adacta International –, applicando la tec-

I giudici sensoriali di Adacta International sono formati per compiere analisi oggettive delle prestazioni sensoriali di un prodotto, food e non

Chi è Adacta International

Adacta International è una società di consulenza specializzata in consumer & sensory science, vale a dire nello studio delle prestazioni sensoriali dei prodotti di largo consumo. Le tecniche di ricerca adottate dall'azienda basano la propria peculiarità sull'esclusiva metodologia adottata per lo studio delle relazioni fra i dati della "consumer research" e i dati della "sensory analysis", ovvero fra la qualità soggettivamente percepita dai consumatori e quella oggettivamente misurata dai giudici addestrati.

Adacta International ha testato sui consumatori oltre 15.000 prodotti, reclutando quasi un milione di persone, selezionate secondo precisi criteri di target, coinvolte in prove di consumo domiciliari o presso test center appositamente attrezzati. I panel di giudici sensoriali di Adacta International, invece, sono costituiti da persone selezionate sulla base di riconosciute attitudini fisiologiche e addestrate all'impiego delle differenti metodologie d'indagine, in grado di compiere analisi oggettive delle prestazioni sensoriali di un prodotto, alimentare e non, indipendentemente dalle proprie preferenze personali.

In oltre 30 anni di attività, il team dei ricercatori e i panel addestrati dell'azienda hanno lavorato per le più importanti imprese alimentari del panorama nazionale e internazionale, con l'obiettivo di aiutare i clienti a migliorare i propri prodotti e a renderli sempre più aderenti ai gusti e alle aspettative dei consumatori. Ulteriori informazioni su: www.adactainternational.com



I giudici sensoriali di Adacta International assaggiano i formaggi spalmabili con la luce rossa, in modo da evitare che il colore del prodotto possa influenzare la valutazione degli altri attributi

nica del Projective Mapping, che prevede la definizione dello scenario dei prodotti in esame sulla base delle reciproche analogie e differenze sensoriali percepite.

Il risultato complessivo viene visualizzato graficamente da una "mappa percettiva", nella quale i prodotti sono posizionati tanto più vicini tra loro quanto più sono stati percepiti e descritti dai giudici come simili in termini di profilo sensoriale. Viceversa, i prodotti più lontani tra loro nella mappa presentano il maggior numero di differenze sensoriali reciproche.

Infine, nella mappa i prodotti si collocano nelle vicinanze degli attributi che più li caratterizzano e distinguono dagli altri, cioè di quelle caratteristiche sensoriali che sono più intense e più spiccate rispetto agli altri prodotti.

La mappa percettiva sensoriale dei formaggi spalmabili

Classificazione degli attributi

■ Attributi visivi ■ Attributi di struttura/texture ■ Note aromatiche/sapori ■ Gusti fondamentali



Fonte: Adacta International

Fra i formaggi spalmabili analizzati si registrano differenze significative, ma va sottolineato che in molti casi queste non sono particolarmente accentuate. La mappa percettiva ottenuta dal panel di esperti di Adacta International fornisce sia il quadro sintetico delle principali similitudini fra i prodotti esaminati, sia delle specificità sensoriali di alcuni di essi.

Nella parte alta e sinistra della mappa si collocano i formaggi spalmabili dal gusto un po' più delicato, più dolci, tendenzialmente più grassi e cremosi in bocca. Sempre a sinistra nello spazio grafico, ma scendendo verso il basso, si trovano i prodotti più spalmabili, dalla struttura più tenera (meno densa/compatta), contradd-

Nella mappa, da sinistra a destra i formaggi sono collocati per intensità di sapore, dai più delicati ai più sapidi.

In basso a sinistra si trovano i prodotti più spalmabili, dalla struttura più tenera e morbida

distinti chiaramente dal flavour latte, ma anche di siero/fermento.

Via via che ci si sposta verso la parte destra della mappa si assiste a un progressivo incremento dell'intensità del sapore complessivo: a destra aumenta la percezione sapida e della nota formaggio, verso il basso/destra quella del gusto acido. Sempre muovendosi verso il basso e verso destra vi sono prodotti che mostrano anche una percepibile sineresi (cioè la separazione di piccole porzioni di liquido dalla frazione solida del prodotto) e una leggera granulosità/farinosità in bocca.

Nel quadrante alto a destra, infine, troviamo prodotti leggermente gialli, più densi e un po' più adesivi degli altri.

I profili sensoriali dei prodotti



Exquisa: questo formaggio ha un colore più giallo rispetto agli altri. È leggermente visibile il fenomeno della sineresi. Dal punto di vista strutturale è più denso/compatto, meno umido e meno grasso di altri al palato. Il suo sapore è d'intensità intermedia, con note di latte ma anche, seppur leggera, di formaggio.



EsSELUNGA: è il prodotto dal colore più bianco e con la sineresi un po' più evidente. Dal punto di vista strutturale è umido, facilmente spalmabile, solo leggermente farinoso in bocca, non particolarmente grasso. Ha un sapore piuttosto intenso, connotato principalmente dalla nota di siero/fermento e dal gusto acidulo. È un po' astringente in bocca.



Land: si tratta del formaggio più cremoso e con la maggiore percezione grassa dell'intero set di prodotti sottoposti al test. Inoltre, è vellutato in bocca. Il suo sapore, abbastanza intenso a livello complessivo, è principalmente connotato dalla nota di panna e, a seguire, di latte.



Milbona: formaggio dal colore un po' giallo, una consistenza poco densa e non particolarmente cremosa, percepibilmente grassa al palato, molto spalmabile. Il suo sapore, piuttosto delicato, è caratterizzato prevalentemente dalle note di latte fresco e di siero. Gusto abbastanza dolce, leggermente acido e poco salato.



Naturella: questo formaggio ha una consistenza fluida/morbida, umida, molto cremosa e spalmabile. Il suo sapore, abbastanza intenso a livello complessivo, è distintamente connotato dal latte e dal siero/fermento.



Nonno Nanni: fra i formaggi spalmabili presi in esame è il più delicato in termini di sapore, in cui si distingue tuttavia una prevalente nota di panna e un gusto dolce. Ha una struttura di densità intermedia, cremosa in bocca. All'aspetto ha un colore molto chiaro/bianco latte e una superficie brillante.



Parmareggio: ha colore chiaro, con una leggera sineresi in superficie. Come struttura, è poco umido e non particolarmente spalmabile, tende a essere un po' adesivo e un po' granuloso in bocca. Il sapore complessivo è molto intenso, più degli altri connotato dalla nota formaggio. Ha il gusto più sapido, è acidulo e con l'astringenza più percepibile.



Philadelphia: prodotto dal colore tendente al giallo chiaro. Ha una struttura piuttosto morbida, abbastanza umida e cremosa, facilmente spalmabile. Si percepiscono intense sia la nota di latte sia di siero. Il gusto è dolce ma anche un po' acidulo.

L'analisi di Adacta International mira a fornire una fotografia oggettiva della varietà sensoriale che si riscontra tra i formaggi spalmabili presenti nel banco frigo

CONSUMER PRODUCT TEST

Il gradimento dei prodotti di marca e delle private label

Il primo grafico riporta la distribuzione delle frequenze di gradimento dei prodotti testati: ogni istogramma indica quanti di essi hanno fatto registrare quel dato punteggio medio di gradimento.

In rosso è rappresentata la distribuzione delle frequenze di gradimento dei prodotti private label (Mdd), in blu quella dei brand dell'industria di marca (Idm) presenti a scaffale. Più precisamente, si tratta di 408 prodotti private label e di 509 referenze dell'indu-

stria di marca fin qui sottoposte da Adacta International al giudizio dei consumatori.

Le due linee verticali individuano il valore medio di ciascuno dei due sottogruppi. Nel vasto mercato dei latticini il gradimento medio, all'assaggio blind, attribuito dai consumatori ai prodotti Idm risulta significativamente superiore a quello dei prodotti a marca del distributore.

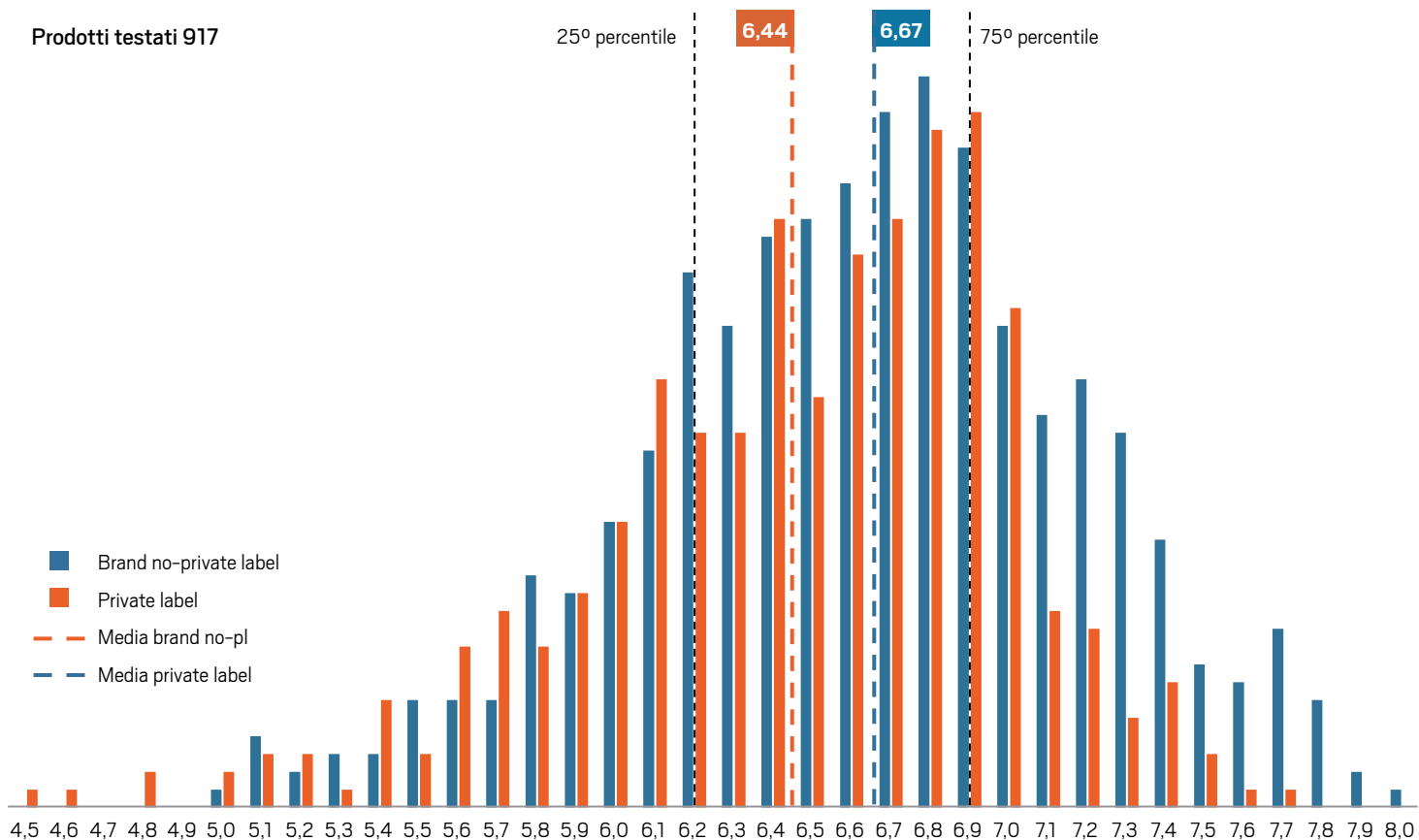
Se si osservano le distribuzioni dei valori di gradimento, infatti, si nota chiaramente che la parte alta della scala – quella cioè che si trova dal punteggio 7 in su –, risulta pre-

valentemente popolata dai prodotti dell'industria di marca.

Rispetto a quanto accade in altri comparti merceologici del food, la distribuzione dei dati di gradimento qui risulta più ampia, a indicare che fra i derivati del latte il divario fra i prodotti più graditi e quelli meno può essere decisamente rilevante.

Questo dipende dal fatto che all'interno di questa macrocategoria, al di là di differenze che ci possono naturalmente essere fra un brand e l'altro, rientrano tipologie di formaggi dal portato edonistico molto diverso.

Prodotti derivati del latte: il giudizio dei consumatori sui prodotti di marca e private label



Fonte: Adacta International

Ö I formaggi meno apprezzati?

Primosale e mozzarella vaccina

Il secondo grafico elaborato grazie al database di Adacta International illustra il gradimento delle tipologie di formaggi più frequentemente testate sui consumatori.

Fra le sottocategorie mediamente più apprezzate e quelle meno gradite la differenza è piuttosto accentuata. In questo articolato scenario, fra i tanti formaggi di cui è ricca

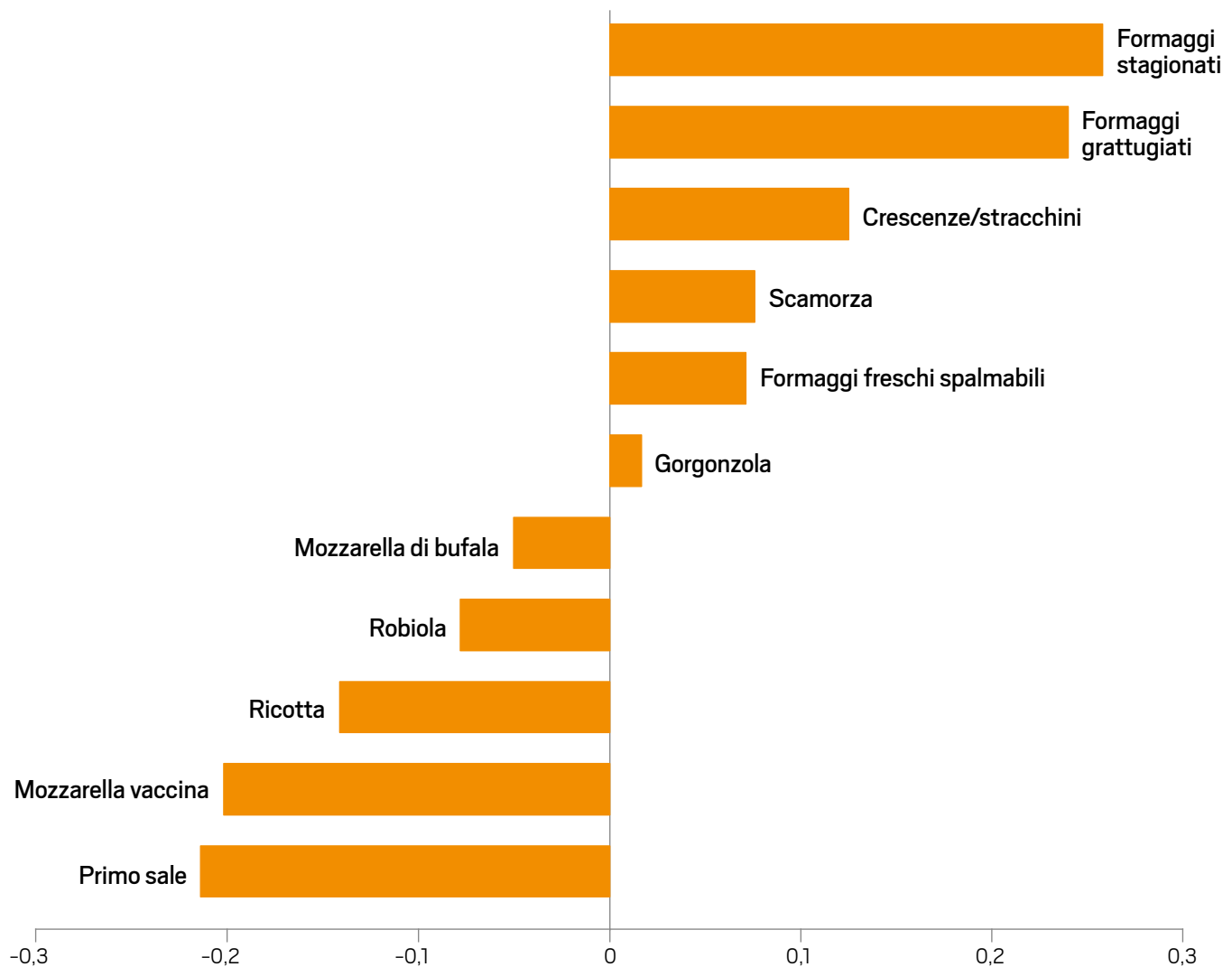
l'offerta, i consumatori italiani, all'assaggio, assegnano mediamente i giudizi di gradimento più elevato a quelli stagionati (pecorino, grana padano, parmigiano-reggiano). Molto apprezzati in genere risultano anche

Le tipologie di formaggi più graditi dagli italiani sono gli stagionati

gli stracchini e le crescenze. Rispetto alla media complessiva del comparto, per contro, le mozzarelle vaccine confezionate, specie quelle in busta, e formaggi come i primosale, quando assaggiati tal quali (cioè non all'interno di piatti preparati seguendo qualche ricetta o con altri ingredienti), occupano una posizione un po' inferiore nella scala edonica del consumatore.

© Riproduzione Riservata

Le tipologie di formaggi più o meno gradite rispetto alla media



Fonte: Adacta International