ANALISI SENSORIALE

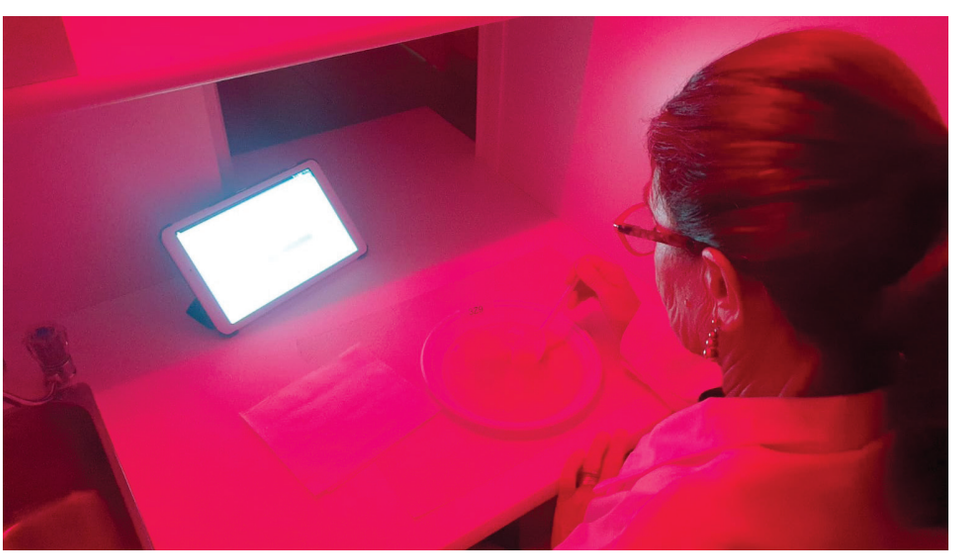
La tecnica del Projective Mapping

Adacta International ha condotto un'analisi delle proprietà sensoriali di alcune delle più significative marche di polpe di pomodoro 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 tecnica del Projective Mapping, che prevede la definizione dello scenario dei prodotti in esame sulla base delle reciproche analogie e differenze sensoriali percepite.

I giudici sensoriali di Adacta International sono formati per svolgere 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



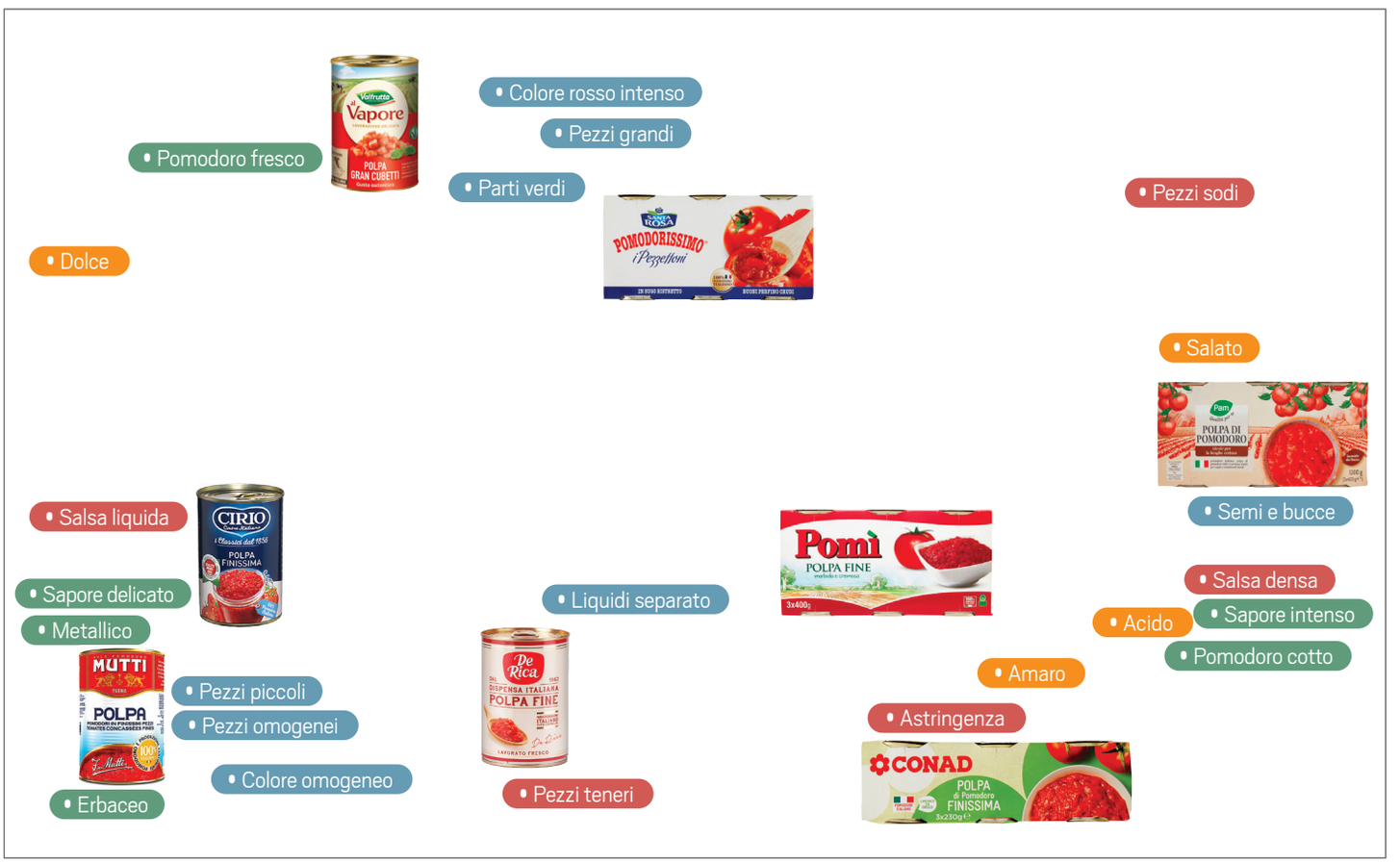
Nel laboratorio sensoriale di Adacta International si è utilizzata un'illuminazione rossa per eliminare l'influenza del colore delle polpe in test sulla percezione aromatica/gustativa

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 delle polpe di pomodoro

Classificazione degli attributi

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



Fonte: Adacta International

La mappa sensoriale ottenuta dal panel di esperti di Adacta evidenzia in maniera chiara che le varie marche di polpa di pomodoro prese in esame presentano caratteristiche sensoriali molto diverse tra loro.
In prima approssimazione, i prodotti tendono a collocarsi da sinistra verso destra soprattutto in base alle differenze del loro profilo aromatico e gustativo: a sinistra si collocano le polpe dal sapore più delicato, più dolce, poco o per niente acide e amare, mentre a destra troviamo i prodotti dal sapore via via più intenso a livello complessivo, con note spiccate di pomodoro cotto, dal gusto un po' più acidulo, meno dolce e leggermente amaro, oltre a essere più astringenti. In aggiunta, a destra tendono a collocarsi i prodotti via via più densi.

Nella mappa, i brand delle polpe di pomodoro analizzate si collocano da sinistra verso destra soprattutto in base alle differenze del loro profilo aromatico e gustativo

Le polpe in test, infine, si differenziano dall'alto verso il basso per il loro aspetto: nella parte più alta del grafico troviamo quelle dal colore rosso più intenso e meno omogeneo (per la presenza di qualche parte verde), con pezzi di pomodoro dalle dimensioni più grandi e disomogenee. Infine, i prodotti posizionati in alto si contraddistinguono per la texture più soda e per il più nitido sapore di pomodoro fresco.
Nella parte centrale dello spazio grafico s'incontrano le polpe con le intensità intermedie dei principali descrittori sensoriali analizzati.

I profili sensoriali dei prodotti

Valfrutta Polpa Gran Cubetti: di colore rosso intenso e poco omogeneo per la presenza di parti gialle o verdi da frammenti di picciolo. Salsa e pezzi sono amalgamati tra loro: i cubetti sono mediamente grandi ma disomogenei e la texture abbastanza soda. Il sapore ha una spiccata percezione di pomodoro fresco, con nota accessoria di metallico.

Cirio Polpa Finissima: prodotto dal colore chiaro, con una granulometria fine e uniforme: si distinguono bene i semi (alla vista e in bocca). La texture è poco consistente e un po' liquida. Si colloca tra i prodotti dal sapore complessivo più delicato, caratterizzato da note di pomodoro fresco, e con i gusti salato e dolce d'intensità intermedia rispetto agli altri prodotti testati.

Mutti Polpa: polpa dal colore chiaro e omogeneo, con molti semi, dalla granulometria fine e uniforme. La texture è poco consistente e poco densa: la salsa tende a separarsi dalla polpa. Si colloca tra i prodotti dal sapore complessivo più delicato, caratterizzato distintamente dalla nota di erbaceo e, a seguire, di pomodoro fresco e di metallico. Il gusto è abbastanza dolce.

De Rica Polpa Fine: all'aspetto questa polpa si presenta con un colore tra i più chiari e omogenei. Il liquido tende a separarsi dalla parte solida/polpa: i pezzi sono di piccole dimensioni e dalla consistenza tenera. Al sapore si percepiscono note tendenti più al pomodoro cotto che a quello fresco.

Santa Rosa Pomodorissimo: questo prodotto ha un colore rosso intenso. La polpa si presenta in pezzi grandi e abbastanza sodi e la salsa è densa.
Il sapore complessivo è tra i più delicati ed è connotato essenzialmente dal pomodoro fresco. Il gusto è leggermente acidulo.

Pomì Polpa Fine: polpa di colore chiaro in cui si distingue la salsa separata dalla parte solida. I pezzi sono di dimensioni e consistenza intermedie rispetto alle altre polpe. Si percepiscono in bocca bucce e semi. Il sapore ha note sia di pomodoro cotto sia di erbaceo e di metallico. Il gusto è leggermente amarognolo.

Conad Polpa Finissima: polpa di colore piuttosto chiaro, con pezzi di dimensioni abbastanza piccole e omogenee e dalla salsa densa. È tra i prodotti con il sapore complessivo più intenso, caratterizzato dalla nota di pomodoro cotto, ma anche di erbaceo, con un gusto tra i meno dolci, leggermente acido e amaro.

Pam Polpa di Pomodoro: questa polpa presenta pezzi grandi, sodi e una salsa densa. Già all'aspetto, ma soprattutto in bocca, si percepiscono numerosi semi. Il suo sapore è tra i più intensi rispetto al resto dei prodotti analizzati, con note spiccate di pomodoro cotto e un gusto acidulo e salato tra i più sostenuti.

Dall'analisi del panel di esperti di Adacta International emerge che le marche di polpa di pomodoro prese in esame presentano caratteristiche sensoriali molto diverse tra loro

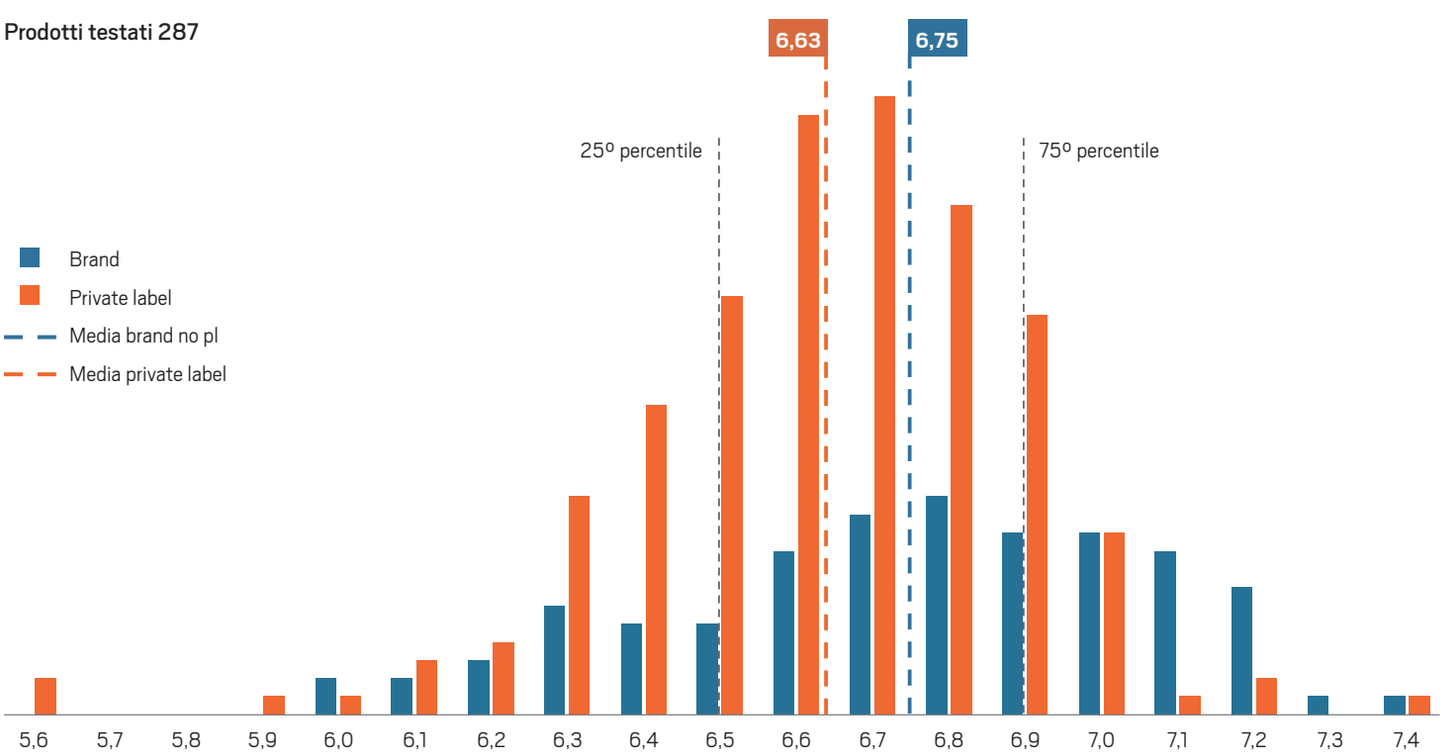
CONSUMER PRODUCT TEST

Il gradimento dei prodotti di marca e delle private label

Grazie alla disponibilità di un ampio e aggiornato archivio di dati di gradimento blind di oltre 15.000 prodotti testati, che costituiscono valori di benchmark per le più diverse categorie merceologiche, Adacta International presenta qui due elaborazioni relative al mondo delle conserve di pomodoro.

Il primo grafico riporta la distribuzione delle frequenze di gradimento delle conserve rosse testate: ogni istogramma indica quante di esse 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 e destinati al consumo domestico. Più precisamente, si tratta di 194 prodotti private label e di 93 referenze dell'industria di marca fin qui sottoposti da Adacta International al giudizio dei consumatori. Le due linee verticali individuano il valore medio di ciascuno dei due sottogruppi. A una prima osservazione, appare subito evidente come, in condizioni di assaggio blind, i giudizi di gradimento espressi dai consumatori per i brand dell'industria di marca risultino meno concentrati intorno al proprio valore medio (6,75) di quanto non si rilevi per le referenze private label (6,63). In particolare, si sottolinea come la porzione più alta della scala di valutazione sia più frequentemente una prerogativa delle referenze appartenenti all'Idm (valori superiori a 7,0). E questo fa sì che il valore medio di gradimento dei prodotti Idm sia un po' più alto di quello dei prodotti Mdd. È poi importante sottolineare la netta differenza, all'interno del database, fra il numero di valutazioni di prodotto acquisite per la Mdd (n=194) e per l'Idm (n=93). La spiegazione di questa maggior popolazione di dati Mdd va ricercata nel fatto che le insegne della distribuzione moderna considerano quello delle conserve di pomodoro un mercato di particolare rilevanza nel costruire il rapporto con i propri clienti e, conseguentemente, investono molto nello sviluppo e nel consolidamento della propria offerta, testando frequentemente la qualità di prodotto assicurata dai propri numerosi fornitori.

Conserve rosse: il giudizio dei consumatori sui prodotti di marca e private label



Fonte: Adacta International

Una lieve preferenza per le versatili passate

Il secondo grafico fornisce un quadro delle differenze di apprezzamento, rispetto alla media del mercato delle conserve di pomodoro, rilevate da Adacta International fra tre principali tipologie prodotto: polpe, pelati, passate. Nello specifico, si evidenziano differenze di gradimento piuttosto limitate, come ci si poteva attendere da referenze che sono espressione solo parzialmente diversa del pomodoro trasformato.

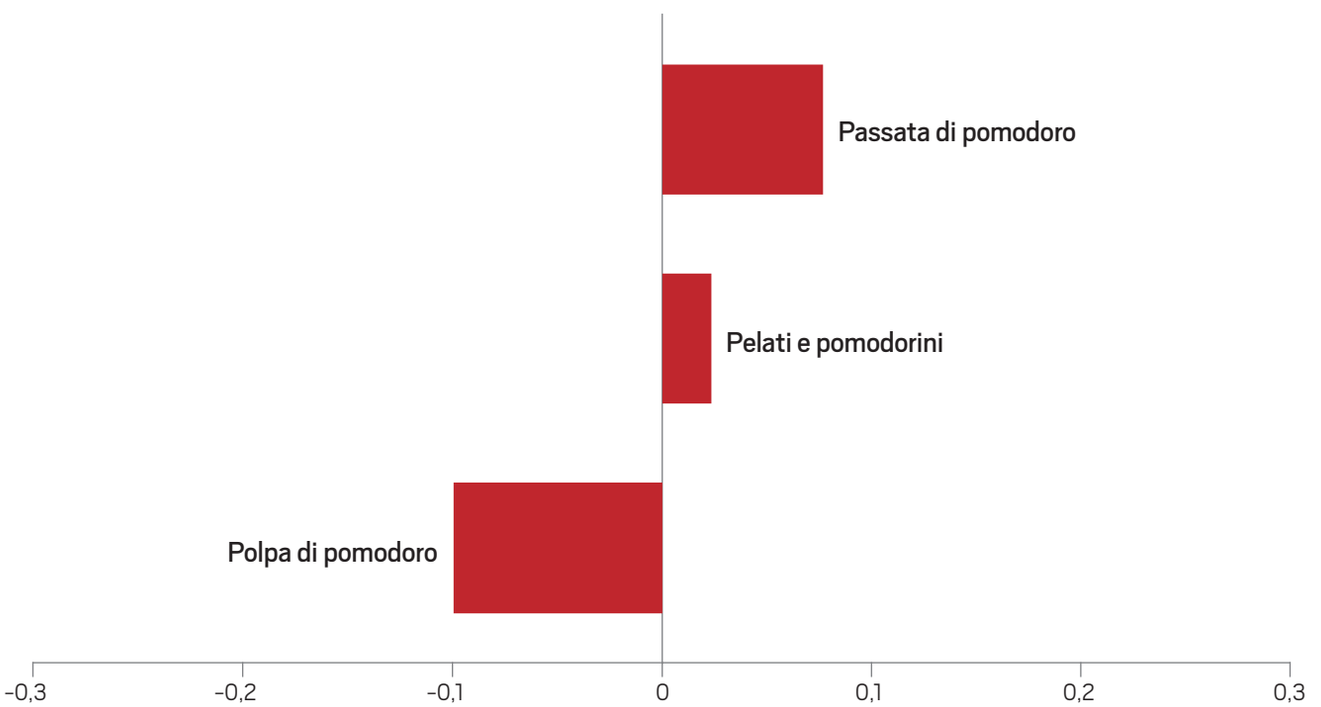
In questo contesto, presumibilmente grazie anche alla sua versatilità, la passata di pomodoro piace un po' più della polpa.

© Riproduzione Riservata

Tra i tre tipi di conserva si evidenziano differenze di gradimento limitate

Sono 194 le conserve di pomodoro private label e 93 le referenze dell'industria di marca sottoposte finora da Adacta International al giudizio dei consumatori

Il giudizio dei consumatori sulle tipologie di conserve rosse



Fonte: Adacta International