

# Corso ONAS 1° modulo



**Pietro Scotto**

**Telese Terme, 19 e 26 novembre,  
3 dicembre 2015**

# ANALISI SENSORIALE

## L'ASSAGGIATORE DI SALUMI



# ANALISI SENSORIALE (A.S.)

disciplina cardine per gli Assaggiatori di salumi !!!

È una pratica scientifica, cioè permette:

Valutazioni oggettive e ripetibili nel tempo.

- Si attua a livello della nostra corteccia cerebrale e limbica con informazioni elettriche provenienti dalla periferia (recettori) situati nei nostri **cinque organi di senso**.
- Permette di evocare ricordi e di misurare, analizzare ed interpretare le nostre reazioni alle caratteristiche di un determinato alimento (salumi, ecc) trasformando le sensazioni in percezioni.

- **Sensazione fisiologica** = stimolo chimico >>>  
stimolo elettrico
- **Percezione psicologica** = struttura sensitiva +  
sistema limbico (esperienze, ricordi, emozioni)



Per mettere ordine, faremo dapprima

- una disamina dei Sistemi Sensitivi utilizzati dal nostro cervello
- poi affronteremo insieme
- le modalità dell'Analisi Sensoriale nei salumi.

# CONOSCERE



## CON I 5 SENSI

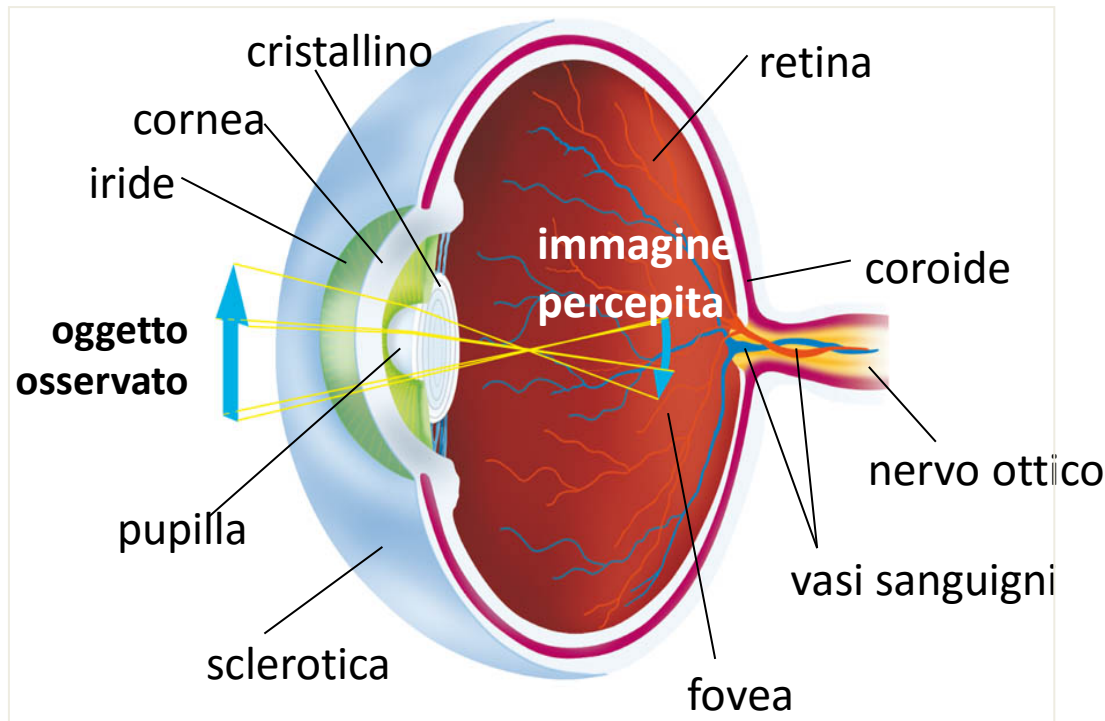
# I 5 SENSI

**VISIONE E GUSTO-OLFATTO** sono i SENSI principali per il riconoscimento e la descrizione di alcuni CARATTERI ORGANOLETTICI dei Salumi (aspetto, colore, odore, sapore, ecc.).

**UDITO e TATTO** coadiuvano l'accertamento (consistenza, superficie, friabilità, ecc.).



# LA VISIONE



**COLORE**

**FORMA**

**DIMENSIONE**



# L'OLFATTO

Si dice che siamo capaci di discriminare >10.000 odori diversi. Recenti studi sostengono, invece, fino a 1.7 miliardi.

**C'È UNA STRETTA RELAZIONE TRA VISIONE E GUSTO-OLFATTO.**

**LA VISTA DI UN ALIMENTO APPETITOSO, O SOLO IL SUO RICORDO, RICHIAMA ALLA MEMORIA I SUOI PROFUMI E INNESCA UN RIFLESSO NEURO-VEGETATIVO CHE PRODUCE MAGGIORE SALIVAZIONE (ACQUOLINA) E STIMOLAZIONE DELLA SECREZIONE GASTRICA (APPETITO PER IL CIBO).**

**VISTA E OLFATTO, quindi, CONTRIBUISCONO A SVILUPPARE L'APPETITO**

# Categorie di odori

- **Varietali o primari:** provengono dal prodotto naturale;
- **Di lavorazione o secondari:** si generano durante i processi di lavorazione delle materie prime (complementari = per rafforzare il gusto; supplementari = per modificare il gusto);
- **Di invecchiamento o terziari:** si evolvono durante la maturazione/stagionatura.

# ODORE vs AROMA

**ODORE**



**AROMA**

**VIA NASALE DIRETTA,  
RESPIRAZIONE ORDINARIA  
(sniffing)**

**VIA NASALE INDIRETTA O  
RETRO-NASALE,  
MASTICAZIONE**



**L'OLFATTO E' DETERMINANTE PER  
LA  
PERCEZIONE DEGLI AROMI:  
BASANDOSI SOLO SUL  
GUSTO, DI UNA MISCELA DI  
ACQUA, ZUCCHERO E  
CANNELLA, PERCEPIREMO  
SOLO IL DOLCE.**

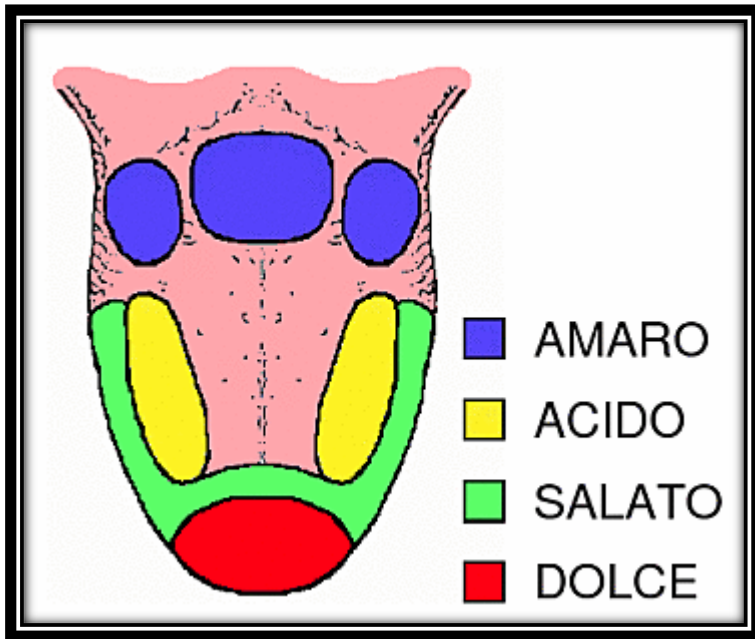


**PROVA: ASSAGGIARE UN SUCCO  
DI FRUTTA O DEL VINO CON IL  
NASO TAPPATO**

# GUSTO

*La lingua è formata da papille gustative che percepiscono i sapori.*

## Zone di Recezione



- Il dolce è percepito sulla punta della lingua, il salato ai lati, l'acido e l'amaro in fondo.
- La sensazione di mangiare un buon salume è dovuta anche alla sua consistenza.

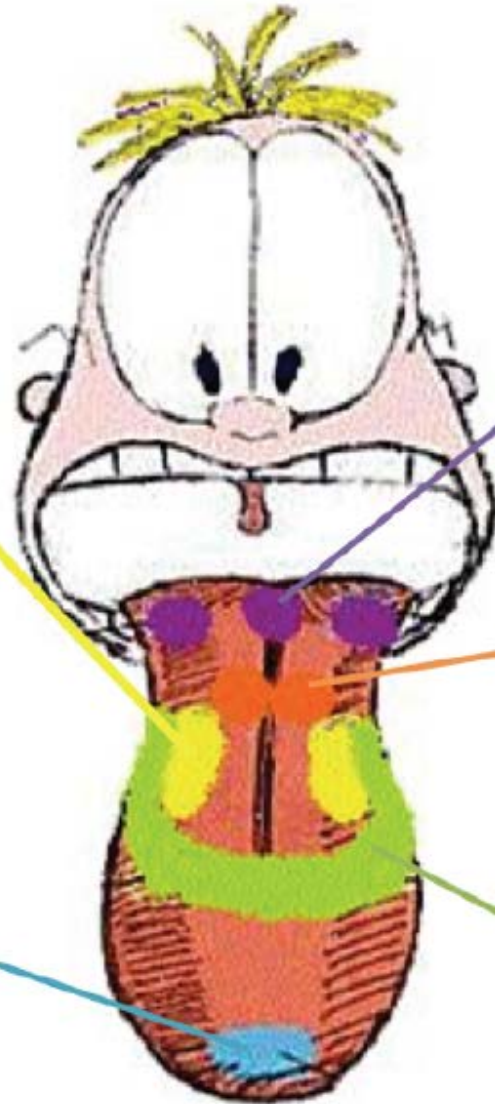
# IL GUSTO



**ACIDO**



**DOLCE**



**AMARO**



**UMAMI**



**SALATO**

# IL TATTO

- sensazioni tattili provengono da tutto il corpo. La concentrazione dei recettori è **max** su *polpastrelli, labbra e volto*.
- **SENSAZIONI CINESTETICHE:** meccaniche/dinamiche e geometriche/statiche
- **SENSAZIONI CHEMIO-SENSORIALI O CHEMESTESI:**  
*(piccante, astringente, metallico, bruciante, rinfrescante)*

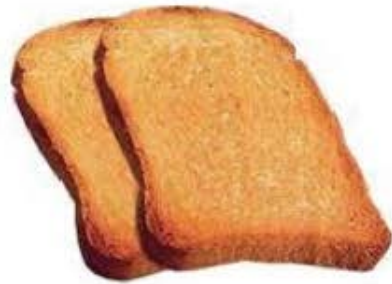




# L'UDITO



**FRAGILITA'**



**FRIABILITA'**



**CROCCANTEZZA**





# Analisi Sensoriale



Da eseguirsi  
con modalità  
controllate,  
con norme  
standard,  
nazionali ed  
internazionali.

Non va confusa con  
l' "ASSAGGIARE", con  
il quale esprimiamo  
sensazioni in  
riferimento al nostro  
vissuto personale e  
culturale.

## "Assaggiare"

"Assaggiando"  
ricerchiamo  
solamente se il  
prodotto incontra i  
nostri gusti:  
buono (*a me piace*);  
non è buono (*non*  
*mi piace*).  
NON i gusti della  
maggioranza dei  
consumatori.

# Analisi Sensoriale



## ***Sensory profiling***

(Profilo sensoriale)

Studia attraverso metodi analitici le caratteristiche dei prodotti che possono essere percepite da un Assaggiatore.

## ***Consumer Science***

(Scienze del Consumatore)

Studia le preferenze, le abitudini e le intenzioni di consumo del Consumatore attraverso metodi affettivi (*economici e psicologici*):

-

# Analisi sensoriale

## Sensory Profiling (Laboratorio specializzato)

Operatori quasi sempre volontari, lavorano in gruppo (panel) di 8-12 persone. Sono addestrati a valutare prodotti in riferimento a parametri chiave che li distinguono. Utilizzano test a seconda degli obiettivi che si vogliono ottenere.

Test analitici discriminanti: - Metodo triangolare, ordinamento di Friedman

Test analitici descrittivi:

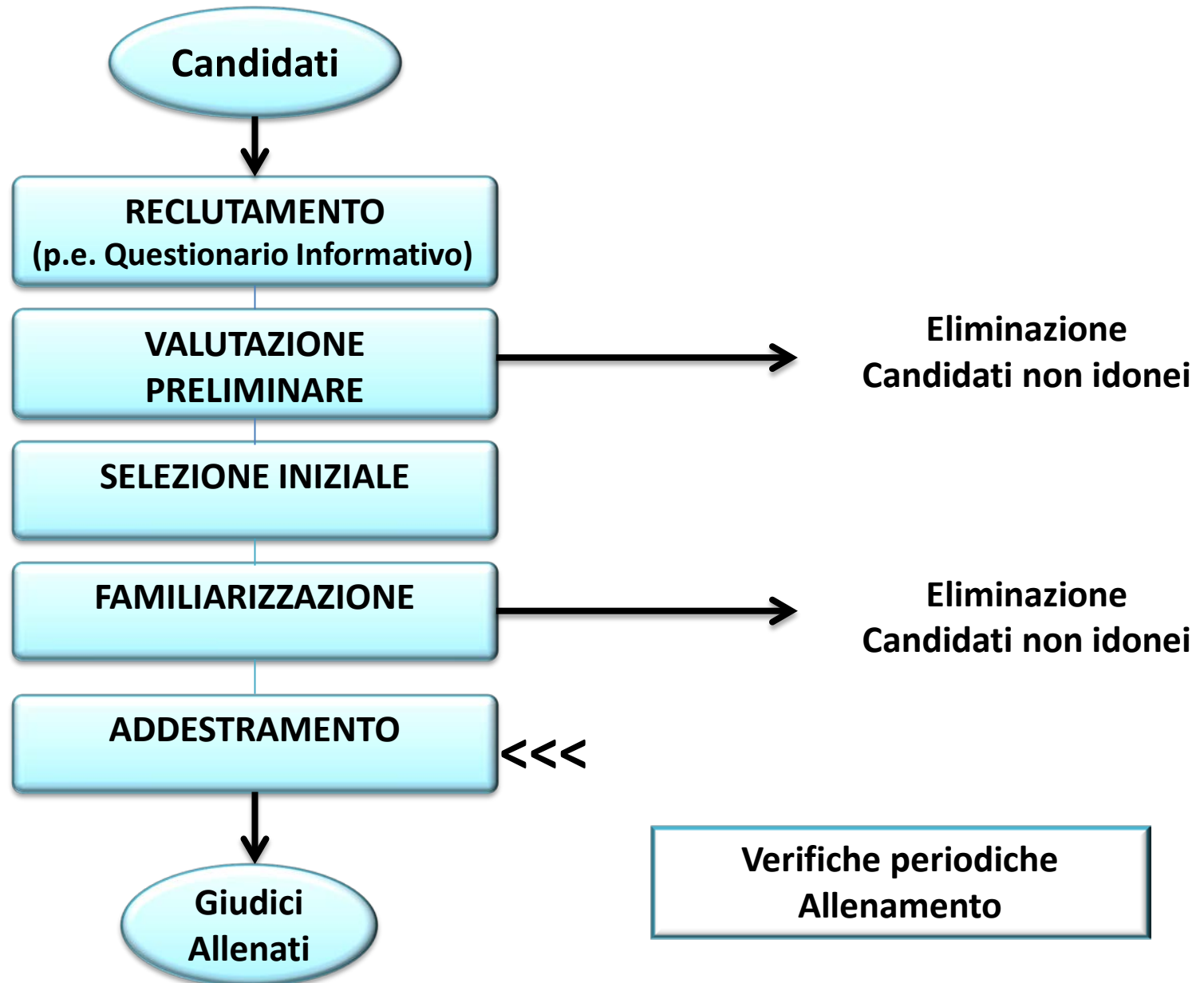
- Flavour profile; profilo sensoriale; 1948
- Texture profile; profilo di consistenza; 1955
- QDA; quantitative descriptive analysis; 1974
- Free Choice profile; profilo libero; 1984

## Consumer Science (Locazione esterna)

Test somministrati per strada, supermarket, laboratori mobili, fiere, domicilio, a persone estratte a sorte, a nuclei familiari, oppure per sesso, fasce di età, ecc. Il campione è almeno di 100 individui.

Test affettivi: - Test per brand, etichetta, di preferenza, di accettabilità.

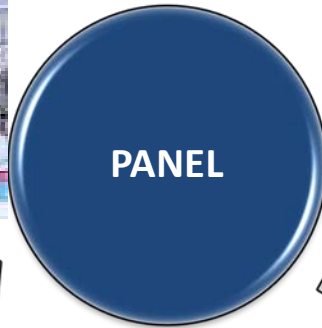
# RECLUTAMENTO, SELEZIONE E ADDESTRAMENTO GIUDICI



# IL SISTEMA DI ANALISI SENSORIALE



**GRUPPO SELEZIONATO X ESPRIMERE UN GIUDIZIO**



**GUIDA IL GRUPPO ED E' RESPONSABILE**



## Vocabolario di supporto

### Aspetto Visivo

#### Esame esterno

Regolarità, colore del budello, piumatura, consistenza al tatto

#### Esame della Fetta

Colore magro, uniformità di colore, colore grasso, fessurazioni, occhiature, pelabilità, grana, quantità e distribuzione dei lardelli, presenza di tendini, compattezza dell'impasto

### Olfattivo

#### Odori

Speziato, stagionato, carne fresca, difetti (acetico, rancido, muffa, putrido, urina, stalla, ecc.)

#### Intensità

Impatto olfattivo immediato (odori positivi)

### Gustativo

#### Sapore

Dolce, salato, acido, amaro

#### Aromi

Speziato, pepato, carne fresca, difetti (fermentato, rancido, muffa, putrido, urina, stalla, ecc.)

#### Persistenza aromatica

Durata della percezione degli aromi

### Struttura

#### Consistenza

Slegato, gommosità, elasticità, coesione, asciutto

#### Masticabilità

Facilità e piacere alla masticazione, durezza, morbidezza, succosità, fibrosità, scioglievolezza del grasso,

### Equilibrio gusto olfattivo

Giudizio complessivo del prodotto, considerando pregi e difetti.



ORGANIZZAZIONE NAZIONALE  
ASSAGGIATORI SALUMI

PRODOTTO \_\_\_\_\_

Campione n° \_\_\_\_\_ gg maturazione \_\_\_\_\_

Data \_\_\_\_\_ ora \_\_\_\_\_

Assaggiatore \_\_\_\_\_

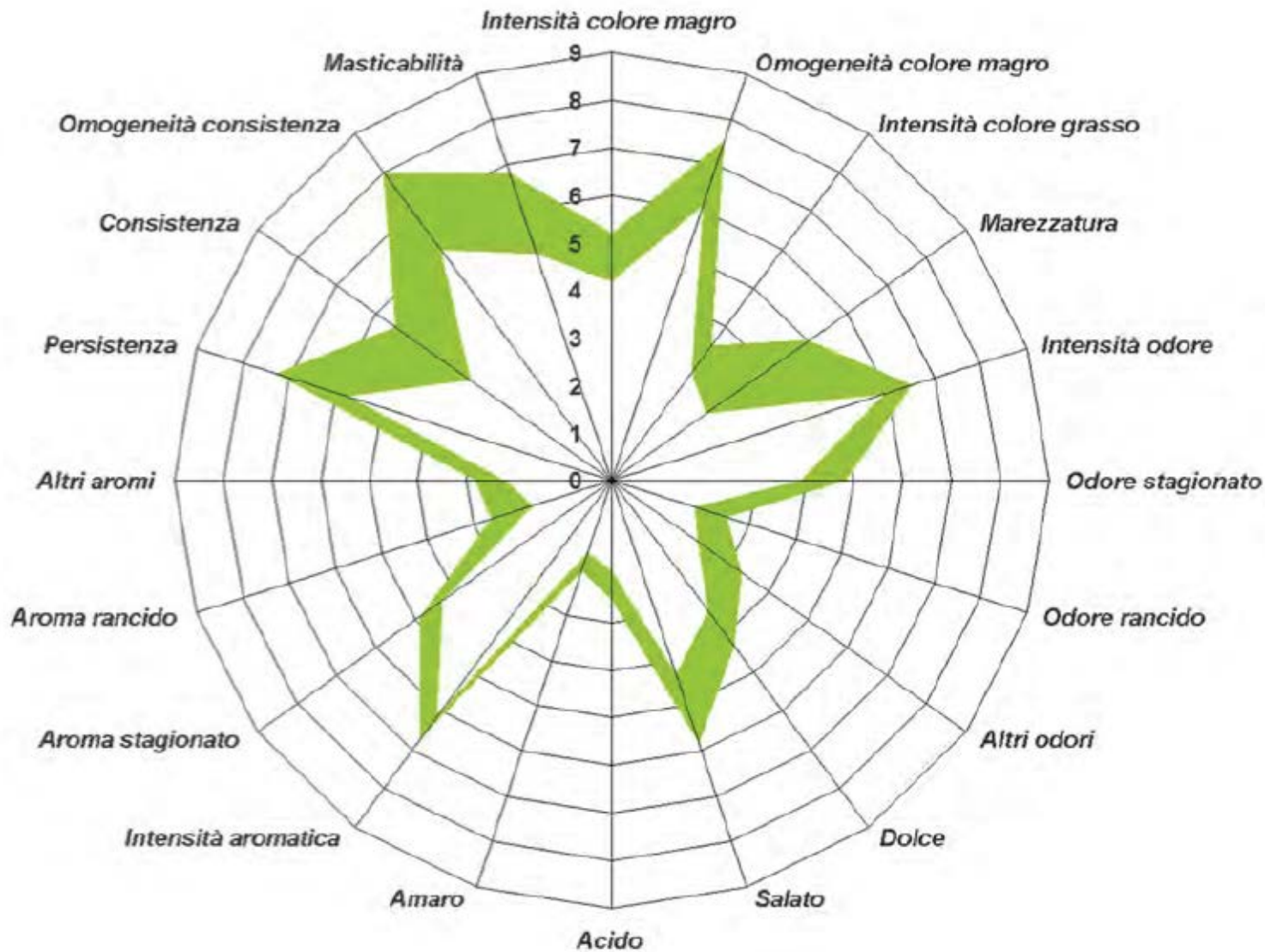
## SCHEDA SALAMI CRUDI

												NOTE
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
VISIVO	Esame esterno											
	Esame della fetta											
OLFATTIVO	Odori											
	Intensità											
GUSTATIVO	Sapore											
	Aroma											
	Persistenza											
STRUTTURA	Consistenza											
	Masticabilità											
EQUILIBRIO GUSTO-OLFATTIVO												
											Punteggio totale in /100	

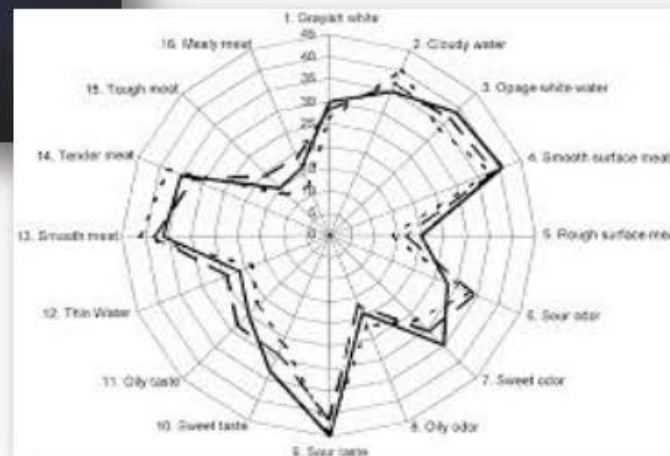


# VALIDAZIONE-INTERPRETAZIONE RISULTATI

## Spider Plot



# VALUTAZIONE SENSORIALE: in breve.....





20.06.2009 08:24

