

## **VALUTAZIONE DELLA QUALITA' DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI: L'ANALISI SENSORIALE**

L'obiettivo fondamentale è quello di mettere in evidenza il ruolo che l'analisi sensoriale svolge ai fini della valutazione della qualità dei prodotti; in particolare, di sottolineare che la stessa non rappresenta la "cenerentola" tra gli strumenti utili all'espletamento del controllo qualità, ma una delle colonne portanti al fine di assicurare un'efficiente verifica della qualità dei prodotti agroalimentari.

L'analisi sensoriale è utilizzata dall'uomo da sempre per valutare la qualità e la sicurezza dei prodotti agroalimentari; nella vita di tutti i giorni ogni persona esprime dei "giudizi" su un formaggio, su un caffè, su un vino ecc, ma gli stessi sono sempre affetti dalla soggettività. Compito dell'analisi sensoriale è trasformare l'essere umano ed i suoi cinque sensi in uno strumento di misura oggettivo attraverso metodi di valutazione sensoriale con procedure standard, che sono state messe a punto dagli "addetti ai lavori" nel corso degli ultimi decenni ed utilizzate sia nell'industria sia nei centri di ricerca.

L'analisi sensoriale si fonda su una *linea guida basilare*, seguita rigidamente nell'applicazione delle valutazioni delle qualità organolettiche degli alimenti: il metodo da utilizzare deve concordare con gli scopi dell'analisi, quindi vi deve essere una trasparente comunicazione tra i giudici ed il consumatore, a cui è diretto quel determinato prodotto agroalimentare.

Si evidenzia che l'analisi sensoriale è una tecnica in grado di accertare la qualità e la tipicità di un prodotto agroalimentare, le cui caratteristiche derivano dalle peculiari condizioni dell'agroecosistema in cui si è sviluppato o dalle tecnologie con cui è stato prodotto; a differenza delle analisi chimiche e microbiologiche che consentono prevalentemente di stabilire la salubrità, o il valore nutrizionale di un alimento, l'analisi sensoriale caratterizza il profilo di un prodotto, ne evidenzia l'accettabilità da parte del consumatore, suggerisce gli interventi tecnologici atti a rendere il prodotto più gradito.

Si indica di seguito la definizione di analisi sensoriale, che nella semplicità e brevità di esposizione rende appieno il suo significato: "L'analisi sensoriale è la disciplina che attraverso la valutazione è impiegata per misurare, analizzare ed interpretare le sensazioni che possono essere percepite dai sensi: vista, udito, olfatto e tatto" (Stone & Sidel Sensory evaluation practices, 1993).

Infine si riportano brevemente le conclusioni sull'argomento preso in esame, poiché rappresentano il "nocciolo significativo" del lavoro svolto.

La *valutazione sensoriale* è una disciplina scientifica a tutti gli effetti, al pari della chimica o della microbiologia, in quanto regolata da precisi principi ed attuata tramite metodi e protocolli di lavoro ben definiti; è importante mettere in evidenza che il termine "**sensoriale**" non è stato scelto a caso, infatti sono i recettori che percepiscono gli stimoli chimici delle molecole gustative, la temperatura, la pressione, trasmettendo queste informazioni al cervello. I recettori sensoriali non sono organi

(come cuore, fegato ecc), ma sensori, da qui il termine "sensoriale".

Una mela come l'Annurca può essere percepita come acida da una persona, mentre un'altra la ritiene dolce e un'altra ancora potrebbe dire che è amara; finora gli strumenti più sofisticati e affidabili per condurre queste misurazioni sono i nostri cinque sensi, che debbono essere "tarati", cioè bisogna trasformare l'essere umano ed i suoi cinque sensi in uno strumento di misura. Come? Attraverso l'analisi sensoriale.

Lo scopo di questa disciplina è infatti quello di rendere oggettiva una valutazione che per natura è invece soggettiva: *l'assaggio di un alimento*, che è fondamentale nella ricerca e sviluppo di prodotto messa in atto dalle aziende agroalimentari; il tutto congiunto a ricerche di mercato, analisi bromatologiche e quant'altro necessario. Naturalmente il giudizio dell'analisi organolettica è di primaria importanza al fine dell'affermazione mercantile del progetto aziendale relativo al "nuovo prodotto".