

Il prodotto e i cinque sensi Ora in azienda arriva l'esperto

Unindustria Treviso prepara un gruppo di "responsabili sensoriali" da impiegare nelle imprese. Gusto, vista, olfatto, tatto e udito saranno impiegati per valutare tutto ciò che andrà sul mercato

► TREVISO

Il responsabile sensoriale assaggia, annusa e ascolta. Affina i suoi sensi per cogliere un profumo, un colore, un sapore. Perché ogni articolo di consumo genera nel suo utilizzatore stimoli e suggestioni tra le più disparate. Che spesso e volentieri influenzano le scelte di acquisto. Queste connessioni sono al centro di una specifica area del marketing, chiamato appunto sensoriale, sempre più utilizzata dalle aziende, in particolare anglosassoni, per promuovere e vendere meglio i loro prodotti. A breve anche le aziende della Marca potrebbero avere nel loro staff un responsabile sensoriale.

Unis&F, società di servizi e formazione di Unindustria Treviso, ha costituito Euroisa (Istituto europeo di analisi sensoriale), dedicato appunto alle molteplici applicazioni dell'analisi sensoriale nelle imprese: ricerca e sviluppo, verifica del consenso dei prodotti o servizi nel tempo e consulenza per il lancio di nuove attività sul mercato con la definizione del posizionamento migliore. È il primo centro sensoriale del sistema Confindustriale e Unis&F ha creato una vera e propria divisione a marchio registrato che offre differenti test su prodotti e servizi. Con una sede dedicata, in viale della Repubblica, nell'innovativo Unis&F Lab.

L'analisi sensoriale misura la qualità percepita dell'oggetto che si vuole commercializzare. Quelli che mira a formare il nuovo centro di Unindustria sono giudici qualificati: persone che si alleneranno ad avere un livello più alto di percezione

olfattiva, tattile e uditiva, attraverso questi corsi di almeno tre giornate, durante le quali viene chiesto loro di superare delle piccole prove.

«Sono test di carattere olfattivo. È stato ricostruito ogni genere di odore, che viene fatto annusare ai potenziali giudici sensoriali», spiega Tiziano Casanova, tra i coordinatori del centro a sua volta responsabile sensoriale: «l'odore di asfalto, l'odore dei rifiuti. Ma viene chiesto loro anche di riconoscere ad esempio ad occhi chiusi il "crock" di una patatina, il rumore di un foglio strappato».

«Siamo portati a pensare che questo genere di analisi venga applicato quasi esclusivamente nel settore "food and beverage" ma non è così. Uno degli ultimi studi da me diretti come responsabile sensoriale alla guida di un panel di giudici ha riguardato un nuovo tipo di marmorino: l'obiettivo era capire quali suggestioni evocava al tatto e alla vista. Per capirne la destinazione: case di città o montagna?». Dati che poi vengono sistematicamente raccolti, elaborati in complesse stati-

stiche. Che permettono anche di proiettare nel futuro come si modificeranno le modalità di consumo. «È un approccio nuovo, ma già consolidato», spiega Giuseppe Antonello, direttore di Unis&F, «l'analisi sensoriale studia un processo che tutti mettiamo in atto attraverso i nostri sensi. Consente di trasferire il dato delle sensazioni soggettive dei singoli in un parametro oggettivo e codificato secondo le norme internazionali Iso».

Unis&F ha inoltre visto approvato dalla Regione il suo progetto di analisi e certificazione sensoriale per l'innovazione dei prodotti area food. Si tratta del primo esempio di valorizzazione di questa metodologia. Nel progetto sono coinvolte 8 aziende del territorio, che andranno a individuare una nuova figura professionale, il responsabile sensoriale. Sono Centopercento, Enopiace, Controvino, Dersut Caffè, Latteria Perenzin, Nuova Industria Biscotti Crich, Toniolo Casearia e Bresolin.

Serena Gasparoni

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Analisi olfattiva e visiva di un succo di frutta

