

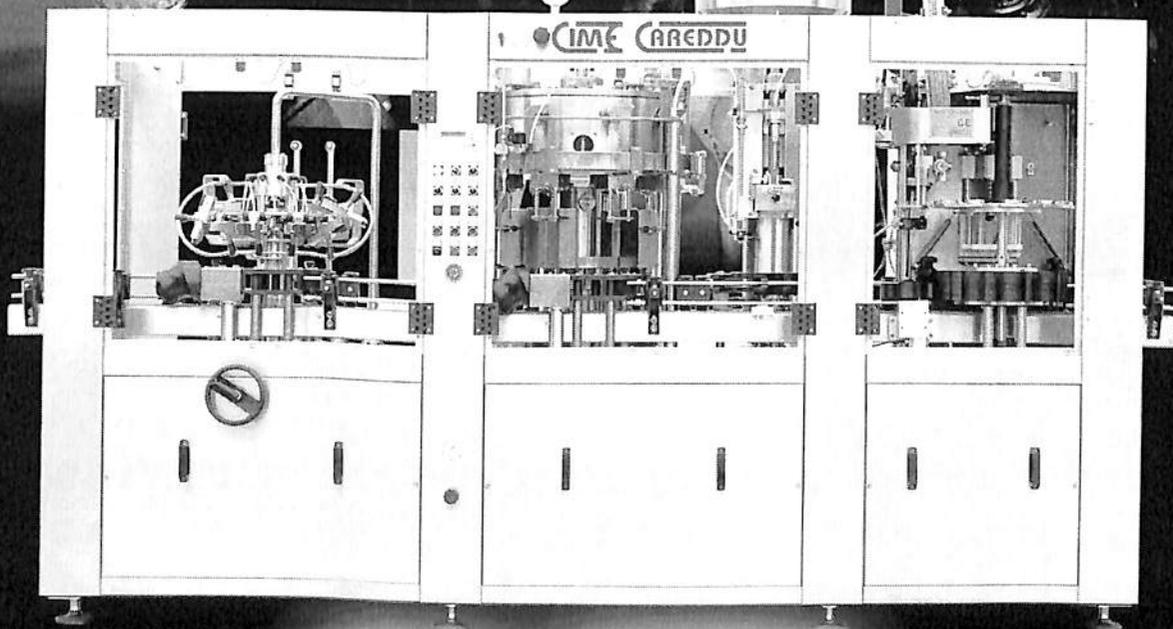
MAGGIO/GIUGNO 2006

INDUSTRIE DELLE BEVANDE

ANNO 35 - N. 203
ISSN 0390-0541

Tecnologia no limits

GOLD S 9/8/1 R-F/1 JOLLY



FABIANOGROUP - Caselli (AT) P.A. P.r. 1/4

EMPIRICAL
CIME
ALTA QUALITÀ

www.cimeriempitrici.com
CAREDDU
CALAMANDRANA - AT

Fraz. San Vito, 92 - 14042 CALAMANDRANA (AT) ITALY - Tel. +39 0141 769036 r.a. - Fax +39 0141 75571
www.cimeriempitrici.com - info@cimeriempitrici.com

Poste Italiane spa - Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 (Conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1, DCB TO - n. 3/2006 - I.P.

CHIRIOTTI  EDITORI

10064 PINEROLO - Tel. 0121 393127 - Fax 0121 794480 - E-mail: info@chiriottieditori.it

SUMMARY

Wine coolers are soft drinks obtained adding to a red or white wine different quantities of aromas, fruit juices, sugar, must, water, and carbon dioxide. The aim of this work was to define the chemical composition and the consumer preference towards such drinks. The obtained results showed a wide variability of characteristics and a low interest of consumers. Generally these products are unknown and used only for special occasions. Also young people show little interests for these drinks and prefer products which are well defined and with a cultural identity as wine.

SOMMARIO

Le bevande aromatizzate a base di vino ed i cocktail aromatizzati di prodotti vitivinicoli sono bevande a ridotta gradazione alcolica costituite, in genere, da un vino base, bianco o rosso, a cui vengono addizionati aromi, succhi di frutta, zucchero, mosto, acqua ed anidride carbonica in varia percentuale. Lo scopo di questo lavoro è stato quello di esaminare dal punto di vista compositivo alcuni di questi prodotti ed evidenziare mediante dei Consumer Test l'atteggiamento del consumatore verso di loro. I risultati ottenuti hanno evidenziato una estrema variabilità compositiva ed un interesse abbastanza limitato del consumatore che in genere non li conosce e li consuma solo in occasioni molto particolari. Anche i giovani sono risultati poco interessati da questo tipo di prodotto ed indirizzati maggiormente verso bevande aventi una propria identità culturale.

GIUSEPPE ZEPPA - LUCA ROLLE - VINCENZO GERBI

Università degli Studi di Torino - Dipartimento di Valorizzazione e Protezione delle Risorse Agroforestali
Via L. da Vinci 44 - 10095 Grugliasco (TO) - Italia

Indagine sulle caratteristiche e sul gradimento di bevande di fantasia a base di vino

Study on composition and consumer preference of wine coolers

Parole chiave: wine cooler, analisi sensoriale, consumer science

Key words: wine cooler, sensory analysis, consumer science

INTRODUZIONE

Il Reg. 1601/91 ha reso possibile la produzione su vasta scala anche in Italia di bevande di fantasia. Fra queste le più interessanti sono senza dubbio quelle aromatizzate a base di vino ed i cocktail aromatizzati di prodotti vitivinicoli. Si tratta di bevande a ridotta gradazione alcolica costituite, in genere, da un vino base, bianco o rosso, a cui vengono addizionati aromi, succhi di frutta, zucchero, mosto, acqua ed anidride carbonica in varia percentuale e miscela.

Il loro utilizzo è quanto mai vario benché la loro collocazione ottimale di uso sia nell'ambito di ricorrenze e comunque al di fuori dai pasti. Si tratta quindi di prodotti che non vanno in competizione con i vini se non con quelli 'da ricorrenza' o 'da fuori pasto' quali i passiti, i vini aromatici e quelli spumanti e di cui si conosce molto poco sia dal punto di vista tecnologico

co-compositivo che da quello commerciale. Fatte salve infatti alcune etichette 'storiche' in molti casi il turnover dei formulati è piuttosto rapido e questo ne impedisce di fatto lo studio e la caratterizzazione.

Lo scopo di questo lavoro è stato quindi quello di esaminare dal punto di vista compositivo alcuni di questi prodotti presenti sul mercato ed evidenziare mediante alcuni Consumer Test l'atteggiamento del consumatore verso questi particolari prodotti.

MATERIALI E METODI

I prodotti

Sono stati esaminati 15 prodotti scelti fra quelli aventi una gradazione alcolica non superiore al 10% vol. A questi sono stati aggiunti un Asti DOCG ed un Moscato d'Asti DOCG che per caratteristiche compositive e sensoriali,

L'acido tartarico è presente in quasi tutti i campioni, pur con ampie oscillazioni nel contenuto. Quasi assente in un campione la cui acidità risulta quindi ascrivibile in larga parte all'acido citrico.

Molto variabile anche il contenuto di acido malico in relazione alle caratteristiche dei vini utilizzati nella produzione (contenuto iniziale, livello di sviluppo) to della fermentazione malolattica). Il contenuto di anidride solforosa totale è in genere elevato così come quello della solforosa libera e questo contribuisce a garantire la stabilità a queste bevande biologicamente instabili in relazione alla presenza di elevate concentrazioni di zuccheri ed al modesto contenuto alcolico.

Molto rilevanti sono ovviamente le differenze esistenti dal punto di vista cro-matico e legate al tipo di materia prima e di aromatizzazione. Si passa così da prodotti limpidi di colore giallo-paglie-

che rapporto glucosio/fruttosio risulta quasi sempre unitario. Solo in cinque campioni si ha una riduzione del rapporto il che fa ritenere che una parte più o meno rilevante degli zuccheri presenti derivi dal vino utilizzato quale prodotto base nella preparazione della bevanda.

Il valore dell'estratto secco netto è anch'esso molto variabile e la presenza di campioni con valori inferiori ai 15 g/L, limite legale per i vini bianchi, fa ritenere che vi sia stata in questi prodotti una diluizione con acqua.

L'acidità ed il pH sono, a differenza di quanto succede per i vini, parametri di scarso interesse in questa categoria di prodotti in quanto l'aggiunta di zuccheri di frutta modifica profondamente la composizione acidica dei prodotti. Ne sono un esempio due campioni in cui la presenza di oltre 2 g/L di acido citrico indica inequivocabilmente una origine esogena dell'acido.

per diffusione e per costo possono costituire una alternativa alle bevande aromatizzate.

L'esame compositivo Alcool, zuccheri, estratto secco netto, acidità totale, pH, ceneri, anidride solforosa (libera e totale) e sovrapposizione sono stati determinati secondo quanto previsto dai Metodi di Analisi Ufficiali.

Gli acidi (tartarico, malico, citrico e lattico), il glicero, il glucosio e il fruttosio sono stati determinati mediante cromatografia liquida secondo i metodi proposti da Schneider e coll. (1987). I polifenoli totali sono stati determinati con il metodo proposto da Di Stefano e coll. (1989), mentre il colore è stato espresso mediante i parametri CIE.

L'esame organolettico L'indagine ha interessato 625 consumatori di cui 401 maschi e 224 femmine e si è svolta nel corso di una fiera eno-gastronomica.

L'intervista, sviluppata con l'ausilio di una scheda appositamente predisposta, si è svolta in due fasi. Nella prima sono state chieste al consumatore informazioni sulla sua conoscenza e sul suo consumo di bevande a bassa gradazione alcolica. Nella seconda, dopo l'assaggio in forma anonima di una delle bevande in esame scelta mediante estrazione a sorte, è stato chiesto al consumatore di ipotizzare un consumo per la bevanda esaminata.

RISULTATI

Aspetti compositivi

Il contenuto in etanolo è tipico di una bevanda a bassa gradazione alcolica e quindi compreso fra il 3 e il 9%. Il contenuto zuccherino è in genere elevato e non correlato al contenuto alcolico. L'origine esogena dello zucchero si evidenzia anche dal valore

Tabella 1 - Valori percentuali relativi ai consumi di vino e di bevande a bassa gradazione alcolica.

	Maschi	Femmine
Consuma vino?	si 66	si 51
	no 7	no 15
	a volte 27	a volte 34
Consuma bevande a bassa gradazione alcolica?	si 26	si 21
	no 56	no 62
	a volte 18	a volte 17
Dove consuma le bevande a bassa gradazione alcolica?	bar 66	bar 54
	discoteca 15	discoteca 7
	casa 49	casa 53
In che occasione consuma le bevande a bassa gradazione alcolica?	fuori pasto 27	fuori pasto 31
	con i dolci 15	con i dolci 16
	in cucina 1	in cucina -
	durante il pasto 7	durante il pasto 1
Acquista bevande a bassa gradazione alcolica?	si 23	si 24
	no 67	no 63
	a volte 10	a volte 13

Tabella 2 - Valori percentuali relativi alle previste modalità di consumo dei campioni esaminati di bevande a bassa gradazione alcolica.

		Campione																
		A	C	D	E	F	G	H	I	L	M	N	O	Q	R	S	T	V
Dove consumerebbe la bevanda che ha degustato?	Al bar	40	25	30	48	38	17	19	36	41	40	33	37	15	46	39	36	33
	In discoteca	10	10	3	13	17	7	13	12	6	20	20	11	15	20	12	13	22
	In casa	68	66	70	50	72	76	78	64	54	58	66	74	70	74	68	56	69
In che occasione consumerebbe la bevanda che ha degustato?	Come aperitivo	58	46	47	50	62	25	29	55	60	53	38	45	40	54	51	51	42
	Fuori pasto	25	5	20	33	52	28	23	48	28	30	18	13	5	40	49	21	36
	A fine pasto con i dolci	50	44	60	38	52	84	88	33	35	38	62	66	55	20	49	54	53
	In cucina	3	5	3	0	10	13	10	0	5	3	0	3	5	3	12	0	6
	Durante il pasto	3	3	0	3	10	3	3	3	2	0	0	0	0	0	2	0	6

rino o rosso rubino assimilabili a vini bianchi o rossi a prodotti decisamente torbidi con colori variabili dal giallo al rosa più o meno carico.

Aspetti sensoriali

Il consumo di vino risulta molto diverso fra i due sessi (tab. 1). La maggioranza degli intervistati maschi ha infatti dichiarato di consumare abitualmente vino e solo nel 34% dei casi il consumo è saltuario o nullo. Nel caso delle donne invece è addirittura il 49% a dichiarare un consumo saltuario o nullo di vino. Nonostante quindi l'allargamento dei consumi degli ultimi anni e l'attività promozionale di Enti ed Associazioni, il vino resta ancora un prodotto 'da maschi' a cui la donna si avvicina solo in modo saltuario ed occasionale. Molto più simile fra i due sessi è il consumo di bevande a bassa gradazione alcolica che interessa in modo abituale il 23% circa degli intervistati ed in modo casuale il 18% circa.

Il loro consumo è principalmente concentrato al bar, ma circa la metà degli intervistati ha dichiarato di consumarlo anche a casa. La discoteca non pare essere un luogo di consumo di queste bevande a cui vengono probabilmente preferiti altri tipi di bevande.

La principale modalità di consumo delle bevande a bassa gradazione alcolica

è come aperitivo o comunque fuori pasto. Poco diffuso il loro utilizzo con i dolci ed ancor meno durante i pasti o nella preparazione di dolci.

Il largo consumo al bar come aperitivo giustifica il fatto che oltre il 60% degli intervistati non acquisti questi prodotti e solo il 20% circa dichiara di acquistarlo in modo continuato.

Per quanto concerne i 17 prodotti in esame sono da rilevare numerose differenze sia per quanto concerne i luoghi di consumo che le modalità (tab. 2). I due vini (campioni G ed H) non sono stati ritenuti idonei da consumarsi al bar né tanto meno in discoteca ma

quasi esclusivamente in casa ed in particolare a fine pasto con i dolci o addirittura in cucina.

Poster presentato al 7° CISETA 2005 - Cernobbio
Atti Chiriotti Editori - Pinerolo

BIBLIOGRAFIA

- Di Stefano R., Cravero M.C., Gentilini N. (1989) - "Metodi per lo studio dei polifenoli dei vini". L'Enotecnico, 25 (5), 83-89.
- Schneider A., Gerbi V., Redoglia M. (1987) - "A rapid HPLC method for separation and determination of major organic acids in grape musts and wines". Am. J. Enol. Vitic. 38(2), 151-155.

