

OICCE
TIMES



Rivista di Enologia

Tecnica, Ricerca, Qualità, Territorio

NUMERO 81 - ANNO XX - INVERNO 2019

DOSSIER



Coinoculi per la malolattica



La Fête des Vignerons di Vevey

**ORGANIZZAZIONE INTERPROFESSIONALE PER LA
COMUNICAZIONE DELLE CONOSCENZE IN ENOLOGIA**

Edizioni OICCE - via Corrado del Monferrato, 9 - 14053 Canelli (AT) - Aut. Tribunale di Asti n. 6/00 del 7/12/2000 - Spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n° 46), Art. 1 comma 1, NO/TORINO - n° 4 anno 2019 - In caso di mancato recapito restituire a Torino CMP Romoli per inoltro al mittente - Contiene I.P.





Il Pivot® Profile: una tecnica innovativa per l'analisi sensoriale descrittiva

A differenza delle altre tecniche, l'analisi sensoriale descrittiva è in continua evoluzione, con lo sviluppo di nuovi metodi di indagine che possano coniugare la precisione dei risultati alla semplicità ed alla rapidità di esecuzione.

Così, a fianco della classica Analisi Descrittiva (DA) e dell'Analisi Descrittiva Quantitativa (QDA) che richiedono panel selezionati ed addestrati (la cui preparazione risulta lunga e costosa e che richiedono un costante addestramento), sono state sviluppate molte altre tecniche rapide e di più semplice applicazione, che cercano di limitare od evitare l'addestramento degli assaggiatori riducendo così tempi e costi di esecuzione.

Fra le più antiche sono da ricordare il *Free Choice Profile* ed il *Repertory Grid Method*, che permettono all'assaggiatore di utilizzare il proprio vocabolario, ma richiedono comunque un addestramento sulle intensità dei descrittori utilizzati.

A queste sono seguiti altri metodi quali il *Labeled Free Sorting*, il *Projective Mapping*, il *Napping*, il *Flash Profile* e l'*Ultra Flash Profile*, che però richiedono la presenza contemporanea di tutti i campioni ed il *Check-all-that-apply* (CATA), che però non può essere applicato su prodotti in evoluzione temporale. Per superare questo problema è stato sviluppato il *Polarized Sensory Positioning* (PSP), in cui i campioni vengono confrontati con un set di tre campioni che fungono da

riferimento stabile. Questo approccio presenta però due problemi. Innanzitutto vi è la necessità di campioni di riferimento sensorialmente stabili e inoltre la descrizione è strettamente dipendente dai campioni di riferimento scelti.

Negli ultimi anni a tutti questi metodi si è aggiunto il *Pivot® Profile* (PP) che deriva dal metodo di descrizione libera ed è risultato di particolare interesse per il settore enologico, ove sono già presenti assaggiatori addestrati alla descrizione, benché sia stato applicato anche su miele e yogurt. Il metodo PP si basa sulla comparazione libera fra i campioni ed un prodotto di riferimento, il "pivot", individuato preliminarmente ed avente caratteristiche standard e tipiche della categoria in esame.

Agli assaggiatori viene chiesto di confrontare ciascun prodotto con il "pivot", utilizzando liberamente il proprio vocabolario descrittivo, ma quantificandone la presenza in termini di "più" o "meno" rispetto al "pivot". È interessante che in questo approccio l'assaggiatore è libero di usare per ogni campione un vocabolario diverso e quindi questo metodo si differenzia significativamente dall'analisi descrittiva classica in cui i descrittori sono scelti a priori e sono uguali per tutti i campioni.

Ovviamente è di grande importanza la capacità descrittiva degli assaggiatori e la loro capacità di con-

Si prega di descrivere le differenze tra il campione "pivot" e il campione codificato. Scrivere nella casella appropriata cosa è meno intenso o più intenso nel campione codificato confrontato al campione "pivot".

CAMPIONE	Il campione è meno... del pivot.	Il campione è più... del pivot.
204	Fruttato, limone, fresco, carta	Intenso, maturo, complesso pungente, Terziario

Figura 1 - Un esempio di utilizzo della semplicissima scheda utilizzata nel PP. Tratta da Bertrand Thuillier et al. (2015).

fronto e questo ne spiega l'interesse nel settore enologico dove la descrizione sensoriale è già ampiamente conosciuta ed applicata.

La scheda utilizzata è molto semplice e chiede agli assaggiatori di indicare solo i descrittori la cui intensità è inferiore al "pivot" e quelli la cui intensità è superiore al "pivot" (Figura 1). Non sono ovviamente utilizzabili gli aggettivi e le negazioni (il vino A è meno "non effervescente" del vino B). Al termine della fase di descrizione vengono raccolti tutti i descrittori e si effettua una loro normalizzazione accorparendo quelli con significato simile, come ad esempio tannico, astringente, allappante, eccetera.

Ogni campione è quindi caratterizzato da una serie di descrittori per i quali si ha un valore di citazioni "meno" e di citazioni "più". A questo punto per ciascun descrittore di ciascun campione si calcola la differenza fra le citazioni del "più" e quelle del "meno" ottenendo un valore di differenza. Così ad esempio se per un campione il descrittore "Fruttato" è stato indicato una volta come "più" intenso rispetto al "pivot" e tre volte come "meno" intenso rispetto al "pivot" la differenza sarà di -2 e così via.

Poiché sono necessari solo valori di differenza positivi i valori di differenza ottenuti vengono normalizzati. Questo si ottiene aggiungendo a tutti i valori di differenza calcolati, il valore di differenza più basso calcolato per tutti i descrittori ed i campioni, ed espresso in valore assoluto. Questo valore costituisce

quindi il riferimento di normalizzazione. Quindi se ad esempio il valore minimo di differenza fosse -4, se la differenza di "Fruttato" fra due vini è di -2 come calcolato prima, la differenza normalizzata sarebbe di 2 mentre se fosse stata di 2, la differenza normalizzata sarebbe stata di 6 e così via. Si ottiene quindi una nuova matrice campione $\times$ descrittore avente solo valori positivi per tutti i descrittori e che può essere analizzata con l'Analisi delle Corrispondenze.

È evidente come il metodo PP sia certamente molto innovativo, ma soprattutto rapido e di semplice esecuzione e trovi più facile applicazione in prodotti complessi, soprattutto laddove vi sia una maggiore tradizione alla descrizione, come succede nel mondo enologico.

Di grande interesse è soprattutto l'assenza di un addestramento specifico degli assaggiatori, con evidenti riduzioni nei costi e nei tempi di sviluppo dell'assaggio. Gli assaggiatori utilizzano infatti per la descrizione le loro conoscenze pregresse. Inoltre il confronto diretto fra il campione e il "pivot" rende più semplice l'esame laddove le caratteristiche dei campioni (surgelati, caldi, frizzanti etc.) renderebbero difficoltoso un confronto multiplo e dove non si rende necessario un esame approfondito delle caratteristiche dei campioni.

Per saperne di più:

Thuillier B., et al. (2015) "Pivot® profile: A new descriptive method based on free description" Food Quality and Preference 42 (2015) 66–77.

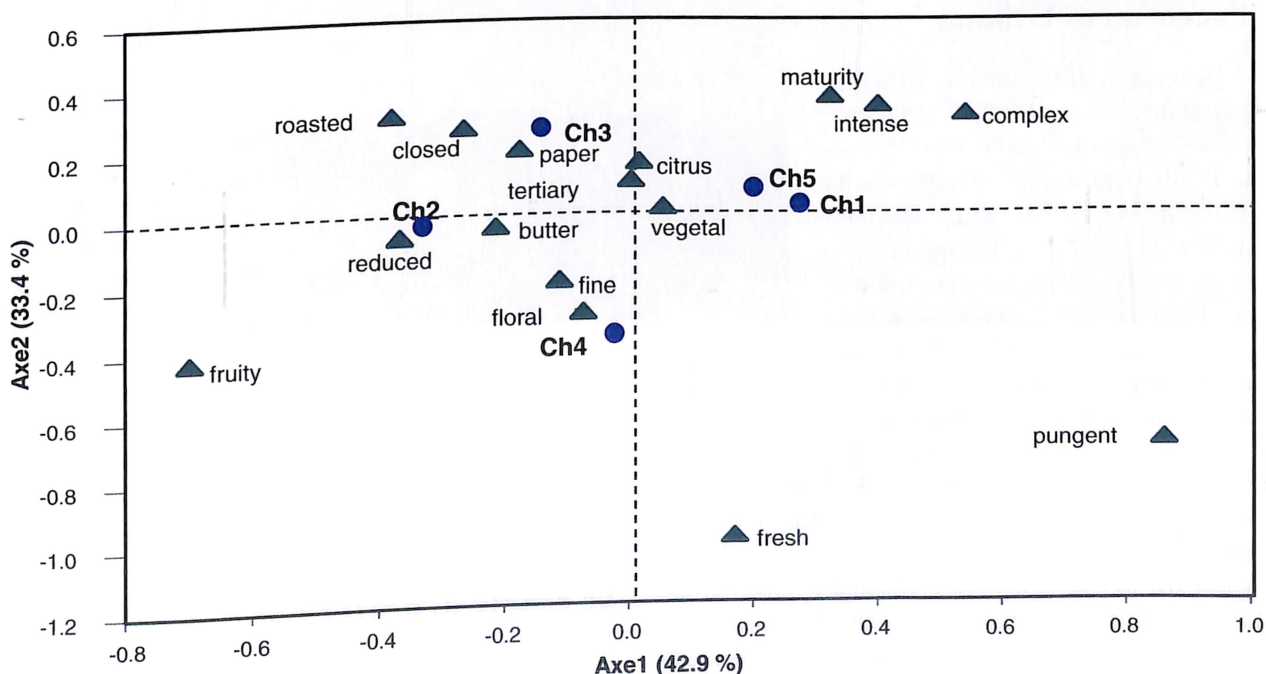


Figura 2 - Esempio di proiezione dei risultati per 6 campioni di Champagne. Tratto da Bertrand Thuillier et al. (2015).