



Il panel, questo sconosciuto

Uno degli elementi fondamentali per la corretta esecuzione di un assaggio è la presenza di un gruppo di assaggio o “panel”. I singoli assaggiatori sono infatti affetti da tre importanti patologie (scarsa riproducibilità, variabilità nel tempo, suscettibilità ai pregiudizi) ed è quindi necessario poter disporre di un gruppo sufficientemente selezionato ed addestrato di assaggiatori al fine di poter eseguire in modo corretto i diversi test che prevede l’analisi sensoriale.

Ne deriva quindi che gli assaggi compiuti da singole persone con tanto di descrizione e/o valutazione, pur costituendo un interessante approccio all’esame sensoriale di un prodotto, essendo affetti dai suddetti errori e non potendo essere sottoposti ad un esame statistico non possono rientrare nell’analisi sensoriale “ufficiale”, ma restano confinati nell’ambito della valutazione soggettiva.

Lasciati quindi da parte gli “approcci” dei singoli, concentriamo la nostra attenzione sul panel. Le norme parlano di tre tipologie di assaggiatori individuati come “assaggiatore”, “assaggiatore scelto” ed “esperto”. A ciascuno di loro corrisponde una preparazione differente con un addestramento ed una selezione che divengono sempre più accurati via via che si passa dall’assaggiatore all’esperto.

Questa differenziazione porta con sé importanti effetti in quanto in funzione del tipo e quindi del suo livello di addestramento un assaggiatore potrà essere utilizzato in test differenti.

La vita di un panel inizia comunque con la scelta se sarà interno od esterno all’azienda. Il gruppo interno ha senso ovviamente solo nelle grandi aziende, ove vi è la possibilità numerica di selezionare un gruppo di 10-13 persone che costituiranno il panel. Il gruppo interno ha numerosi vantaggi in quanto gli assaggiatori sono sul posto e quindi, potenzialmente, quasi sempre disponibili, non è necessario prevedere una remunerazione, vi è una maggiore riservatezza dei risultati e sono stabili nel tempo. Vi sono però importanti svantaggi quali le valutazioni non oggettive in quanto gli assaggiatori tendono a riconoscere i loro prodotti, un numero di assaggiatori

limitato con scarsi o nulli rinnovi ed una disponibilità reale abbastanza scarsa in quanto le persone sono impegnate nelle attività lavorative.

Un’alternativa al gruppo interno è quello esterno, ossia quello formato da persone esterne all’azienda, appositamente selezionate. In questo caso i vantaggi sono costituiti da un’ampia scelta di potenziali assaggiatori con un’altrettanto ampia possibilità di rinnovi, l’assenza di problemi gerarchici e la facilità della selezione, mentre fra gli svantaggi vi sono i maggiori costi per i rimborsi spese degli assaggiatori, la scarsa disponibilità di alcune fasce della popolazione che provoca un eccesso di disoccupati, pensionati e studenti e la possibile perdita di assaggiatori dopo l’addestramento.

Il panel leader

Una volta definita la tipologia del panel la prima cosa da fare a questo punto è l’individuazione del panel-leader ossia del responsabile/coordinatore del gruppo di assaggio. Si tratta di una figura chiave per il buon funzionamento del panel, che deve essere privo di condizionamenti, con nozioni di analisi sensoriale, tecnologia alimentare e statistica nonché una buona capacità organizzativa e comunicativa. Il panel è uno strumento ma senza un buon analista, anche il migliore strumento darà sempre risposte errate!

La selezione degli assaggiatori

Definito con quale tipo di panel si vuole operare non resta che selezionare gli assaggiatori e questo può avvenire in due fasi. La prima, più generica, andrà ad esaminare requisiti generali quali la disponibilità, l’età, l’essere fumatori o meno, le condizioni generali di salute e così via. Subito dopo, con i candidati rimasti, si entrerà nel vivo della selezione con prove di riconoscimento di sapori fondamentali ed odori e prove di soglia mediante le quali valutare le capacità dei potenziali futuri assaggiatori.

A queste potranno essere uniti test duo-trio od altri discriminanti che completeranno la valutazione degli