

Percorsi di lettura
 Periodico di economia a marketing sulla filiera dei beni di consumo
 Reg. Trib. Mi. n. 268 del 24/04/08
Tamburino - www.largoconsumo.info



Documento in **versione interattiva**:
www.largoconsumo.info/072009/PL-0709-001.pdf

ANALISI SENSORIALE



Costi del Percorso di lettura:

€ 42,00 (comprensivo iva) - non abbonati

€ 42,00 (comprensivo iva) - abbonati

[Clicca qui per i costi dei singoli titoli](#)

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 07/09 e supplementi

Rif: PL-0709-001

Aggiornamenti:

Verifica la disponibilità di un'[edizione più aggiornata](#) di questo Percorso di lettura.

Se non sai cosa sia un Percorso di lettura, trovi una spiegazione alla pagina www.largoconsumo.info/percorsi

LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA

E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

Largo Consumo

Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo

Mensile fondato nel 1980 e diffuso esclusivamente in **abbonamento**, i cui contenuti giornalistici si sviluppano in forma di **inchieste**, **studi** e **articoli** vari inerenti tutti i momenti della filiera dei beni mass market, food e non food., dalla **produzione**, alla **distribuzione**, al **consumo finale**, compresi i servizi, le strutture e i sistemi collegati.

Osservatorio D'Impresa

Leggi le **case history** di comunicazioni d'impresa di Aziende e organismi attivi nei mercati considerati in questo Percorso di lettura **selezionati** da *Largo Consumo*

I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 102, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

A scuola di tartufo

"Lo conosci ma non sai definirlo. Lo percepisci ma non riesci a assaporarlo ... Il tartufo bianco è essenzialmente profumo e, solo dopo, anche gusto": queste le parole che lo chef Carlo Cracco dedica al prezioso tubero, amato ma non sempre compreso. Per questo dalle Marche, più precisamente dai territori dei due Gal Piceno e Montefeltro – tra le zone più vocate alla sua produzione – è partita una serie di originali iniziative per il tra cui quella di portare il tartufo sui banchi di scuola.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Cracco Carlo, Gal Piceno, Gentili Domenico

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 88, lunghezza 1/5 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Nozze d'oro tra gli assaggiatori Onaoo e l'olio

Festeggia .. anni di attività Onaoo, la più vecchia Associazione di assaggiatori di olio del mondo. L' Organizzazione nazionale assaggiatori olio di oliva, emanazione dell'Unione italiana delle Camere di commercio, è nata a Imperia nel

Informazione contenuta nell'articolo "Un mercato agli sgoccioli".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: Onaoo - Organizzazione nazionale assaggiatori olio di oliva

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 138, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Un brindisi all'oro verde

Lo scorso marzo a Marina di Pisa è nata ufficialmente l'Associazione Assaggiatori e Cultori Olio Extra Vergine d'Oliva (Ascoe): con sede a Pisa e senza scopo di lucro, ha lo scopo primario di promuovere la cultura dell'olio extra vergine di qualità alla produzione e al commercio e di qualificare la figura professionale dell'assaggiatore dell'oro verde, categoria cui appartengono i soci fondatori. In Toscana si avvertiva da tempo la necessità di avere un folto e qualificato gruppo di assaggiatori.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Ascoe - Associazione assaggiatori e cultori olio extravergine d'oliva

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 101, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

L'impero dei sensi

Analisi sensoriale: nel comparto toiletries l'analisi dei gusti e delle preferenze sensoriali dei consumatori è ormai adottata anche dalle aziende minori per scegliere il prodotto più competitivo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Il gradimento dei detergenti analizzati](#)
- [L'analisi quantitativa descrittiva nel confronto tra due detergenti per le mani](#)
- [La mappa di correlazione tra i giudizi dei consumatori e i dati sensoriali](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Neutron

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Olio di Oliva - Edizione PL-0109-002

Edizione: 1/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/012009/PL-0109-002.pdf



Titolo: Salumi - Edizione PL-1208-003

Edizione: 12/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/122008/PL-1208-003.pdf



Titolo: Formaggi stagionati - Codice PL-0308-001

Edizione: 3/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/032008/PL-0308-001.pdf

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 22, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Una pasta a prova di test

Alimenti funzionali: il settore è in espansione con un valore stimato dell'.,.% rispetto all'intero mercato alimentare e si prevede raggiungerà nei prossimi anni la quota del .%. Il consumatore è sempre più attento verso ciò che mangia ed è in grado di mettere in relazione gli ingredienti "critici" con i relativi rischi estetico/salutistici. Prima di immettere sul mercato un nuovo prodotto occorre effettuare uno studio approfondito delle sue aspettative tramite indagini qualitative-motivazionali

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Gli aspetti valutati dai gruppi di discussione
- **Il gradimento complessivo espresso dal target (scala da 1 a 9)**

Allegati:

Citati: Neutron

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 156, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Diplomati al primo assaggio

L'associazione Assaggiatori di Parmigiano Reggiano diploma i suoi primi esperti a Parma. Sono .. gli aspiranti assaggiatori che hanno frequentato le lezioni del corso promosso dall'associazione: scopo principale è quello di diffondere l'apprendimento dell'arte dell'assaggio del Parmigiano Reggiano per apprezzarne e fare apprezzare maggiormente la superiore qualità, per poterlo scegliere con maggior ocularità e, soprattutto, per distinguerlo dalle tante imitazioni o da formaggi simili.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Arte Casearia, Assaggiatori di Parmigiano Reggiano, Cavazzini Stefano, Centro Lattiero Caseario, Consorzio del formaggio Parmigiano Reggiano, Crpa, Morara Bruno, Zanoni Mario

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 153, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Gustare la qualità

Chissà se sarà una nuova professione? Certamente molto invidiata, comunque aperta al futuro. I primi aspiranti assaggiatori di Parmigiano Reggiano hanno ricevuto l'attestato al merito nella sala Consigliare del Comune di S. Prospero (Mo)

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Apriletti Luca, Arte casearia di Modena, Bertolini Aldemiro, Centro lattiero-caseario di Parma, Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano, Crpa di Reggio Emilia, Ferrari Mario, Guidetti Claudio, Morara Bruno, Zannoni Mario

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 0, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

La consistenza del prodotto sotto esame

Analisi sensoriale: Poiché per numerosi prodotti risulta fondamentale per il gradimento del consumatore, il contributo offerto dai parametri texturometrici, sono stati messi a punto dei test sugli alimenti con i quali poter trarre considerazioni strategiche su parametri quali consistenza, croccantezza, fratturabilità, elasticità, sofficità, coesività, masticabilità e sulle loro relazioni con la percezione sensoriale e la preferenza del consumatore.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **Il confronto fra due profili sensoriali di croissant**
- Il gradimento complessivo espresso dal target mediante scale a 9 punti (analisi sensoriale)
- La mappa di correlazione fra le diverse variabili studiate (analisi sensoriale)

Allegati:

Citati: Neutron



Titolo: Le politiche di valorizzazione e tutela dei prodotti alimentari tipici - Codice PL-0308-002

Edizione: 3/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/032008/PL-0308-002.pdf



Titolo: Sicurezza, certificazione e tracciabilità della filiera agroalimentare - Edizione PL-0908-003

Edizione: 9/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/092008/PL-0908-003.pdf



Titolo: Il marketing dei sensi. Cinque sensi per vendere e comprare

Edizione: 6/2008

Editore: Lupetti

Link:

www.largoconsumo.info/062008/BRLC0608-Bibli.pdf

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina pubblicato on line

Tipologia: Breve

Corsi di assaggio di Parmigiano Reggiano

Nasce come scuola destinata all'apprendimento dell'arte dell'assaggio il cui approccio verrà attuato secondo una metodologia semplice, adatta a tutti gli appassionati del formaggio.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Arte casearia di Modena, Associazione assaggiatori di Parmigiano Reggiano, Clc (Centro lattiero caseario), Consorzio Parmigiano Reggiano, Crpa

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 20, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Neutron Group - Esperienza e professionalità nella fornitura di servizi analitici e consulenziali a produttori e retailer

I profili: Neutron è un "global player" nel mercato dei servizi di analisi e consulenza ad alto contenuto tecnologico soprattutto per le industrie di produzione e distribuzione. Fondamentale è il suo apporto sul fronte del presidio della qualità e della sicurezza e nello sviluppo e controllo di nuovi prodotti.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: Un seminario sui trend degli alimenti funzionali

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Analysis, Generon, Iso 17025, Neutron, Neutron Servizi, Nexos, Quark, Sen&CA, Uni En Iso 9001:2000

Direttore responsabile: Armando Garosci

Editore: Editoriale Largo Consumo Srl, via Bodoni 2 Milano

Service Provider: Mc Link Spa, Roma

Per l'acquisto dell'intero Percorso di lettura, o di sue singole parti
Diffusione e Abbonamenti

diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840

**Spazio pubblicitario
disponibile**

Per la segnalazione
di Report, Studi, Documenti
d'impresa e Comunicazioni
aziendali di prodotto in
questa rubrica:

**Servizio Pubblicità e
Comunicazione di impresa**

E. mail:

pubblicita@largoconsumo.it

INDICE DEI PERCORSI DI LETTURA DI LARGO CONSUMO

Per assistenza e richieste di disponibilità di **Percorsi di lettura personalizzati**, puoi rivolgerti al servizio [Diffusione e Abbonamenti](#) di Largo Consumo.

Se non sai cosa siano e come si usino i Percorsi di lettura di Largo Consumo vai su www.largoconsumo.info/percorsi

PRODUZIONE

Mercati alimentari

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare"](#)

Beverage: La produzione, la distribuzione e i consumi del mercato delle bevande

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beverage"](#)

Alimentari freschi: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare fresco"](#)

Grocery Persona: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Persona"](#)

Grocery Casa: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Casa"](#)

Tessile, abbigliamento, calzature, pelletteria e accessori

[Visualizza tutti i PL dell'area "Abbigliamento"](#)

Beni durevoli per la casa e la persona

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beni durevoli"](#)

DISTRIBUZIONE

Moderna Distribuzione: canali, formati e contesti di acquisto

[Visualizza tutti i PL dell'area "Distribuzione"](#)

CONSUMATORI

La propensione alla spesa e umore rispetto ai consumi

[Visualizza tutti i PL dell'area "Consumatori"](#)

COMUNICAZIONE

Comunicazione: Promozioni, Fidelizzazione del cliente, Pubblicità e PR.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Comunicazione"](#)

LOGISTICA

Logistica: sistemi e servizi collegati alla filiera dei beni di consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Logistica"](#)

RISORSE UMANE

Risorse umane: La loro valorizzazione nella filiera dei beni di consumo.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Risorse umane"](#)

AMBIENTE ED ENERGIA

Ambiente ed energia: implicazioni economiche e di marketing nel largo consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Ambiente ed energia"](#)