



Mesures de la perception par le consommateur de la complexité sensorielle de boissons alcoolisées

Pascal SCHLICH

INRA - Centre des Sciences du Goût et de l'Alimentation, Dijon

Orateur : Pascal SCHLICH

Afin de décrire le goût des aliments, l'analyse sensorielle classique utilise en général des panels de sujets entraînés qui réalisent des épreuves de profil sensoriel. La cartographie des préférences ambitionne alors de modéliser les préférences des consommateurs à l'aide de ces profils sensoriels. D'une part, le profil sensoriel, en ne délivrant qu'une intensité globale de chaque descripteur, ne permet pas de caractériser la séquence des sensations perçues au fil de la dégustation; d'autre part, la cartographie des préférences, en supposant que la perception du sujet entraîné sera identique à celle du consommateur, peut souffrir d'un manque de causalité.

La méthode de la Dominance Temporelle des Sensations (DTS) permet de dresser un profil sensoriel temporel des produits, c'est-à-dire d'établir la séquence selon laquelle les différentes sensations sont perçues par le sujet. Introduite pour des panels de sujets entraînés, la DTS peut tout autant être utilisée avec des consommateurs. Elle permet alors de mieux expliquer les différentes dimensions de la complexité sensorielle perçue par le sujet lors de la dégustation d'un aliment ou d'une boisson. Un questionnaire de mesure de ces dimensions est proposé. Plusieurs applications de la DTS et du questionnaire de complexité, avec des panels entraînés et avec des consommateurs, portant sur des boissons alcoolisées allant du cidre aux spiritueux en passant par le vin, seront présentées.

Abstract

To describe the taste of food, sensory analysis generally uses panels of trained subjects who undertake quantitative descriptive analysis that provide sensory profiles of the products. Then, Preference mapping aims to model consumer preferences using these sensory profiles. On the one hand, sensory profiling, by delivering an overall intensity of each descriptor, can not characterize the sequence of sensations perceived over the tasting; on the other hand, preference mapping, assuming trained subject and consumer perceptions to be identical, may suffer from a lack of causality.

The method of Temporal Dominance of Sensations (TDS) can provide temporal sensory profiles of products, that is to say, to establish the sequence in which the different sensations are perceived by the subject. Introduced for panels of trained subjects, TDS can be used equally with consumers. It thus enables to better explain the different dimensions of sensory complexity perceived by the subject during the tasting of a food or a drink. A questionnaire for measuring these dimensions is proposed. Several applications of TDS and of this complexity questionnaire, with trained panels as well as consumers, on alcoholic beverages ranging from ciders to spirits through wines, will be presented.