

Marutomo Cie., Ltd, situé dans Lyo, préfecture d'Ehime, a été crée il y a 90 ans. Cette société agro-alimentaire se concentre sur 3 marchés principaux : les bonitos secs, les soupes de poissons, et les produits de la mer surgelés. Parmi ces produits, les bonitos secs emballés « Hana-katsuo » sont leaders au Japon, et la société montre également de bons résultats dans la recherche fondamentale sur les applications des produits de pêche.



Les défis de l'évaluation sensorielle

Récemment, Marutomo a reçu beaucoup de demandes de la part des grandes chaînes de magasins pour fabriquer des produits proches des produits servis dans les restaurants célèbres, en terme de goût et de saveur. Un exemple de question : « pouvez-vous produire un assaisonnement similaire à celui utilisé par ce célèbre restaurant de nouilles? » Par le passé, Marutomo a essayé de répondre à ce genre de demandes en utilisant la langue et le nez humains pour être le plus proche des produits cibles. Cependant, cela ne donnait pas des résultats suffisants à cause de variations, en particulier dans la mesure des odeurs à partir de sources chauffées, qui influencent la palatabilité. En outre, le fait de présenter uniquement des résultats d'évaluation sensorielle n'était pas assez persuasif comme preuve qu'un produit est meilleur que le produit de la concurrence. A ce stade, Marutomo opta pour le système FOX, basé sur des matrices de capteurs, et fabriqué par Alpha MOS, France.

Cartographie sensorielle objective grâce au nez électronique FOX

Il était audacieux d'utiliser cet équipement, largement employé pour évaluer les parfums, pour le développement et la production de produits alimentaires japonais traditionnels. Mais Marutomo a décidé d'adopter la technologie il y a 10 ans. Les odeurs, autrefois détectées par le nez humain et l'intuition, sont à présent clairement différenciées en termes numériques par le FOX. Par exemple, « à quel degré ce produit est-il sucré ? », « quel niveau d'odeur fumée a-t-il ? », sont des questions auxquelles le FOX peut répondre avec des valeurs des graphiques. En analysant le produit cible et un produit nouvellement développé avec l'aide d'un instrument de mesure, vous pouvez savoir précisément à quel point il est proche de la cible. Ces résultats objectifs délivrés par le FOX permettent de réaliser des présentations étoffées aux clients et d'augmenter le nombre de nouvelles commandes.



*Mr. Kanji Doi, General Manager
of Development Department*