
Gepubliceerd in **STW FoodGate 04/10/2012**

Kan de ruwheid van een verpakkingsmateriaal invloed hebben op de textuurperceptie van het product in de mond?

Het is reeds lang gekend dat de visuele aspecten van een verpakking een belangrijke rol spelen bij de aankoop beslissing van de consument. Recent werd echter een studie gepubliceerd waarin de ruwheid van het verpakkingsoppervlak werd aangepast om na te gaan of dit een effect heeft op de consumentenperceptie van het verpakte product.

Naast de primaire functie (transport en bewaring) heeft de verpakking ook een impact op de verwachtingen van de consument. Dit kan zowel door de visuele aspecten (bv. etikettering, kleuren) als de structurele eigenschappen (bv. vorm, materialen). In het verleden werden ook al positieve verbanden gelegd tussen het geluid van een verpakking en de perceptie van het levensmiddel. Zo scoorde de krokantheid van chips en het koolzuurgehalte van dranken hoger wanneer het openen van de verpakking het specifieke verwachte geluid vertoonde.

In een nieuwe studie werd het verband gelegd tussen het aanvoelen van een verpakking en het mondgevoel van het verpakte product. Hierbij werden koekjes (verse en oudbakken) beide in een ruwe en gladde verpakking aangeboden aan een testpanel (58 personen). De resultaten tonen aan dat zowel de verse als de oudbakken koekjes in de ruwe verpakking (potjes omwikkeld met schuurpapier P60) hoger scoorden in knapperigheid en hardheid dan dezelfde koekjes verpakt in de gladde potjes. Versheid en smaak werden niet beïnvloed door het verpakkingsoppervlak. Hetzelfde experiment werd ook uitgevoerd met yoghurt stalen die varieerden in romigheid. Voor de yoghurt werden echter geen significante verschillen waargenomen tussen de ruwheid van het verpakkingsoppervlak en de gepercipieerde romigheid van de yoghurt. Toch werden de stalen die in de ruwere pot werden verpakt 13% meer 'korrelig' ervaren dan dezelfde yoghurt in een gladde pot.

Op basis van de resultaten uit deze studie kan gesteld worden dat er een interactie is tussen de gewaarwordingen in de mond en deze via de hand. Dit is echter enkel in de gevallen waarbij de textuureigenschappen van de verpakking overeenstemmen met de textuureigenschappen die aan het levensmiddel gegeven worden (bv. knapperigheid in combinatie met een ruw oppervlak).

In een andere enquête werd ook gevraagd in welke verpakking de consumenten verwachten dat de meest knapperige koekjes zitten. Bijna alle deelnemers verwachten dat knapperige koekjes in ruwe verpakking verpakt worden terwijl ze de meer romige yoghurt verwachten in de gladde verpakking. Dit toont aan dat de tastzin sterke associaties en verwachtingen over de eigenschappen van het verpakte product oproept. In sommige gevallen kunnen deze verwachtingen de sensorische waarneming van de consument beïnvloeden, terwijl in andere gevallen (cfr. yoghurt) dit niet het geval is. Andere voorbeelden die door de auteur aangehaald werden, zijn het verpakken van brood zonder korsten in een zachte verpakking en het gebruik van reliëf in een label bij een likeurmerk. Hoe sterker het reliëf hoe hoger het alcoholpercentage van de verpakte likeur.

Bronnen:

- Piqueras-Fizman B. and Spence C. (2012). The influence of the feel of product packaging on the perception of the oral-somatosensory texture of food. *Food Quality and Preference* 26, 67-73.

a.vermeulen@UGent.be