

## UMAMI TASTE AND THE CONSUMER PERCEPTION

Gabriela IORDACHESCU\*, Gabriela VLASCEANU\*\*, Iulia BLEOANCA\*,  
Corina NEAGU\*, Anca IORDACHESCU\*\*\*

\* *Dunarea de Jos* University of Galati, Faculty of Food Science and Engineering, 47 Domneasca Str.,  
800008, Galati, Romania, tel: +(40) 23 64 60 165

\*\* S.C. Hofigal Export-Import S.A., Intrarea Serelor no.2, District 4,  
042124, Bucharest, tel:+(40) 21 33 45 905

\*\*\*IPSOS INTERACTIVE SERVICES, 319 Splaiul Independentei, ob15, District 6, 060033,  
Bucharest, Romania, tel: +(40) 75 02 57 132

Received 24 September - Accepted 6 October

### Abstract

Umami the fifth basic taste is present in a lot of food products of vegetal and animal origin. The presence of this taste may be perceived or not, depending on the attitude towards food, on experience, age, the type of food usually consumed and other factors. The study was conducted to find out if consumers living in south and south-east of Romania function of their food habits can link the taste of some foods which contain umami components to this new taste. The age and the food habits are the most important factors which affect the umami taste perception.

**Keywords:** Umami, monosodium glutamate, food consumer, food habits, pleasure of eating

### Rezumat

Umami al cincilea gust de bază este prezent în multe produse de origine vegetală sau animală. Prezența acestui gust poate fi percepută sau nu, depinzând de atitudinea consumatorilor față de produse, experiența lor alimentară, vârsta, tipul de produse consumate de obicei și alți factori. Acest studiu a fost realizat astfel încât să identifice dacă, consumatori din sudul și sud – estul României, în funcție de obiceiurile lor alimentare pot face legătura între o serie de produse care conțin compuși umami și acest nou gust. Vârsta și obiceiurile alimentare sunt factorii cei mai importanți care sunt legați de perceperea gustului umami.