

## Le sensoriel pour stimuler la créativité et l'innovation

Les entreprises agro-alimentaires s'intéressent de près à la perception sensorielle de leurs produits par le consommateur. Mais valoriser l'approche sensorielle au sein même des équipes peut se révéler un formidable levier d'innovation ; un outil pour bousculer les codes et les habitudes, aider à exprimer le potentiel créatif de chacun, parler un même langage et construire ensemble

- Sensibiliser à la richesse de l'intelligence sensorielle
- Appréhender la diversité des perceptions individuelles et en faire un atout pour créer collectivement
- Lever des freins à la créativité : percevoir l'influence du conditionnement, des a priori, remettre en cause ses certitudes
- Explorer le potentiel créatif au travers de l'approche sensorielle
- Développer la capacité à parler un langage commun en dépassant les clivages inter-métiers

*Un atelier-formation qui s'appuie sur une pédagogie ludique et des épreuves en équipe destinées à fédérer le groupe*

Services Marketing, Communication, R&D, Qualité et Commercial

1 journée

## Les méthodes sensorielles descriptives rapides :

Intérêt et limites pour le développement de produits ?  
Intérêt pour les PME ?

Appréhender le goût du consommateur et les raisons de ses préférences constitue un enjeu majeur pour l'entreprise. Mais c'est un domaine souvent long et difficile à explorer, pas toujours à la portée des PME. De nouvelles méthodes sensorielles descriptives faisant appel aux consommateurs ont fait leur apparition ces dernières années. Ces méthodes peuvent-elles être :

- une alternative aux méthodes classiques?
- utiles pour les PME ?

Etre capable de choisir la méthode la plus adaptée à ses besoins (pour une mise en place en interne ou pour dialoguer avec un prestataire externe)

- Appréhender les nouvelles approches globales et rapides (tri, napping,...) pour :
  - connaître la perception des consommateurs
  - identifier les caractéristiques produits importantes
- Comparer ces méthodes aux techniques classiques utilisées pour caractériser les propriétés sensorielles de produits
- Juger de l'intérêt et des limites des différentes méthodes
- Présenter les outils nécessaires à l'analyse des données recueillies

Services Marketing, R&D, Qualité, Ingénieurs et Techniciens amenés à utiliser les techniques d'analyse sensorielle

1 journée

## Faites parler vos produits :

L'utilisation des descripteurs sensoriels

Identifier les caractéristiques sensorielles à prendre en compte est une étape cruciale au cours du développement et de la vie d'un produit. Un moyen pour :

- parler un langage commun en interne,
- mieux communiquer sur le produit
- réaliser un contrôle qualité plus efficace

Quelles méthodes peut-on utiliser en entreprise ?

Mettre en pratique des méthodes sensorielles pour générer des descripteurs

- Appréhender l'intérêt de disposer de descripteurs sensoriels
- Connaître les méthodes descriptives
- Mettre en œuvre des techniques rapides pour identifier les critères dominants d'un produit
- Apprendre à caractériser par une démarche classique de génération de descripteurs
- Savoir utiliser ces descripteurs sensoriels

*La formation sera réalisée en partie sous forme d'ateliers permettant l'application*

Services Marketing, R&D, Qualité, Ingénieurs et Techniciens amenés à utiliser les techniques d'analyse sensorielle

1 journée