

Les méthodes d'évaluation sensorielle

Définition : Examen des propriétés sensorielles des aliments par les sens de l'Homme et mesure de la satisfaction des consommateurs

• Domaines d'application très diversifiés

➢ Agro-alimentaire/Cosmétique/Automobile/Textile



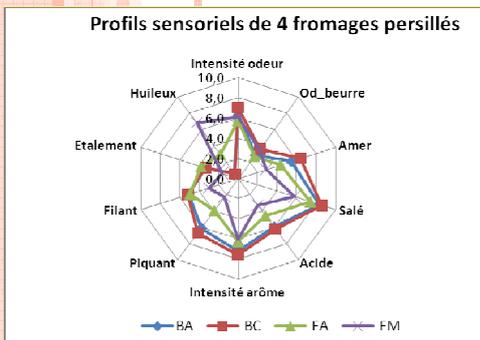
L'analyse sensorielle

Méthodes descriptives : profil sensoriel, profil flash, profil libre choix

Objectif : décrire et caractériser les produits en utilisant des termes adaptés aux produits à étudier.

Principe de la méthode (profil sensoriel)

- Jury de dégustation (n>10) entraîné spécifiquement pour les produits étudiés
- Mise en place d'une grille sensorielle composée de descripteurs (termes sensoriels décrivant les propriétés des produits étudiés)
- Notation de ces termes sur une échelle d'intensité pour chaque produit
- Test réalisé en aveugle et anonymat des échantillons
- Traitements statistiques sur les données.

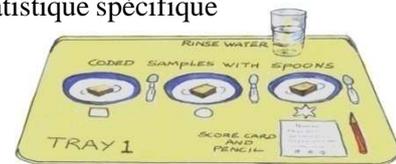


Méthodes de différenciation : test triangulaire, test duo-trio, test n parmi p, test A/non A

Objectif : Déterminer l'existence de différences ou de similitudes entre des produits

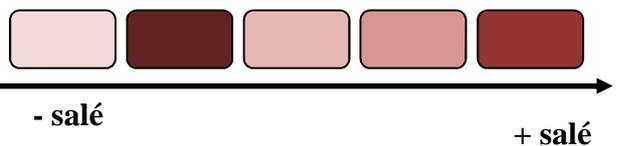
Le test triangulaire:

- Présentation de 3 échantillons dont un est présenté deux fois et l'autre 1 seule fois.
- Déterminer l'échantillon qui est unique
- Test réalisé en aveugle
- Test statistique spécifique



Méthode de classement : test par paire, test de classement

Classer les différents échantillons selon l'ordre croissant du critère jugé



Les tests hédoniques

Objectifs :

Mesurer le niveau de plaisir engendré par le produit.

Classer les produits selon leur préférence.

Contexte d'études :

Nouveaux produits, nouvelles formulations, comparaison avec la concurrence, recherche de nouvelles cibles...

Type de panel : Recrutement de consommateurs dits naïfs (n>100)

Sélection des personnes selon leurs habitudes de consommation, de leurs achats, selon leur sexe, âge...

Type de tests

Les tests hédoniques : Note d'appréciation par les consommateurs

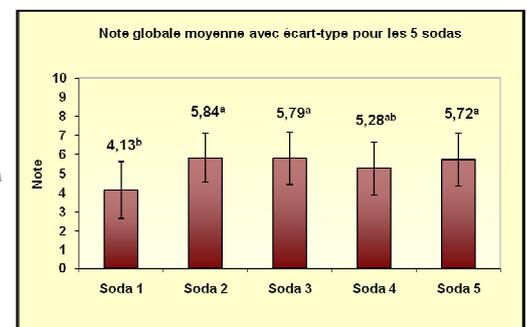
Les tests de classements : classer les produits selon les préférences des consommateurs

Méthode

Anonymat des échantillons

Présentation en monadique séquentielle ou en comparatif

Utilisation d'échelles non structurées, picturales...



Je n'aime pas du tout

J'aime beaucoup