

## Fiche d'inscription

Nom : Prénom :

Affiliation / Institution :

Fonction :

Adresse :

Tél. :

Email :

Tarif : 75€ (accès aux exposés, café, repas, actes de la journée)

*Etudiants* : 25€ (fournir un justificatif)

*Membres du Sensolier* : gratuit

A renvoyer par courrier avec votre règlement par chèque à l'ordre du Sensolier :

Le Sensolier  
50 rue Pixérécourt  
75020 Paris

ou par virement bancaire (demander une facture à [info@lesensolier.com](mailto:info@lesensolier.com))

**Date limite d'inscription : 5 Octobre 2017**

## Groupe d'animation

Pauline Faye	Evaluation sensorielle et sensométrie
Agnès Giboreau	Perception et comportement alimentaire
Sabine Rizzo	Etudes consommateurs
Catherine Rouby	Neurosciences
Sandrine Ségrétain	Confort
Rémy Versace	Psychologie cognitive

## Contact et information

[info@lesensolier.com](mailto:info@lesensolier.com)  
[www.lesensolier.com](http://www.lesensolier.com)



15<sup>ème</sup> Journée du Sensolier

12 Octobre 2017, Paris

## Perception visuelle

De l'importance de la perception visuelle à sa mesure dans l'expérience de l'utilisateur / consommateur ?

Orange Gardens,  
44 Avenue De La République, Châtillon.  
Accessible par la Ligne 13 puis le tramway T6

## La question du jour

L'expérience du produit se construit en partie par le sens de la vue. De la publicité, au packaging, à l'aspect même du produit, l'intégralité de ces informations visuelles participent aux attentes que le consommateur se construit sur le produit, à sa perception et à l'usage qu'il va en faire.

Cette année le Sensolier souhaite explorer le rôle et l'importance de la perception visuelle sur l'expérience produit. Cette question pourra être traitée sous deux angles d'approche. Le premier s'intéressera à l'impact de la perception visuelle sur les autres modalités sensorielles et aux mécanismes permettant l'intégration multisensorielle. Le second questionnera comment orienter les attentes et modifier l'expérience des consommateurs par des informations visuelles clefs.

Tout en maintenant son intérêt pour une perspective appliquée, le Sensolier recherche ainsi de nouveaux angles d'approche de la relation entre perception et expériences appliqués à différents objets : l'aliment ou la boisson, l'emballage, le vêtement, l'article de sport ou le mobilier, un tableau de bord ou un robot domestique, etc.

De même, le Sensolier souhaite maintenir une approche pluridisciplinaire, chaque domaine abordant les liens perception-expérience avec des objectifs et méthodologies différentes.

## Le Sensolier

### Développer et partager les connaissances et expertises en sensoriel

Le Sensolier est une association loi 1901 regroupant des acteurs du monde universitaire, des services et de l'industrie autour d'un objectif commun : faire progresser les recherches dans le domaine de la perception humaine en favorisant les échanges interdisciplinaires et intersectoriels.

L'association a pour objectif de promouvoir les discussions et collaborations entre industriels et chercheurs qui s'intéressent à l'étude de la variété des expériences sensorielles, à la fois du point de vue des sujets et des sources ou supports d'expériences.

### La journée du 12 octobre 2017

A partir d'une réflexion pluridisciplinaire concernant la perception, le Sensolier propose une journée d'étude sur le thème :

#### Perception visuelle

#### De l'importance de la perception visuelle à sa mesure dans l'expérience de l'utilisateur / consommateur ?

Quel est le rôle de la perception visuelle dans l'expérience de l'utilisateur, du consommateur ?

Quel est le rôle de la vision dans l'intégration multisensorielle ?

Quel est l'impact d'une information visuelle sur l'expérience du produit : (attentes, perception et usage du produit) ?

Le Sensolier est soucieux d'animer à cette occasion une discussion critique interdisciplinaire, sous la forme d'études expérimentales et de retours critiques sur les modèles ou les méthodes pertinentes pour les différentes sciences concernées. La journée permettra de dégager une diversité de points de vue et favorisera les échanges avec l'auditoire.

le Sensolier

## Programme

9h30 – 10h : Accueil et introduction, Le Sensolier	
10h	<b>Évolution des connaissances sur la couleur</b> Michel Albert-Vanel, Professeur honoraire à l'ENSAD
10h45	<b>Marketing rose : Segmentation du marché selon le genre et différenciation chromatique des produits à destination des consommatrices</b> Kévin Bideaux, LEGS (Laboratoire d'Études de Genre et Sexualités)
11h05	Pause & Session Poster Caroline Besse et Hervé Bernard, artistes
11h35	<b>L'immersion virtuelle pour une évaluation consommateur plus pertinente des parfums de lessive</b> Isabelle Goisbault, Strategir et Isabelle Cayeux, Firmenich
11h55	<b>L'hyperréalité offerte par l'ultra haute définition peut-elle influencer l'attention visuelle ?</b> Amélie Lachat, Orange labs
12h15	<b>TRAC: Contrôle d'aspect en temps réel</b> Bruno Albert, INEVA
12h35	Bilan de la matinée
12h45 – 14h : Déjeuner	
14h	<b>Ce que dit la vue</b> Béatrice Daillant, Lega-Lab
14h30	<b>La perception visuelle des cidres de glace québécois en fonction de l'expertise de ses consommateurs</b> Pauline Fernandez, CDR en gastronomie de l'ITHQ, Québec
14h55	Pause & Session Poster
15h25	<b>La place du visuel dans l'expérience de dégustation de champagne : une étude linguistique de discours de consommateurs</b> Lorraine Gaspar, Centre de Recherche Pernod Ricard
15h45	Synthèse et discussion
17h : Clôture conviviale de la journée	