

# Tests de produits en aveugle

## ● *Etat des lieux*

- L'évolution récente des pratiques en matière de tests de produits dénote une confusion entre les méthodes de l'analyse sensorielle et celles des tests auprès de «consommateurs naïfs».** On observe en particulier une utilisation de plus en plus fréquente des tests en salle et des procédures comparatives.  
Si ces techniques sont pertinentes dans certains cas, elles peuvent parfois se révéler très contestables car :

  - placer le consommateur hors de son contexte habituel peut enlever toute pertinence à son opinion,
  - vouloir paramétrer les conditions d'un test est contraire à la réalité multiforme de la consommation et peut limiter la capacité de jugement des consommateurs.

La plupart des consommateurs ne boivent pas leur café à une température précise, dans une tasse blanche ; ne respectent pas le dosage conseillé et n'utilisent pas d'eau minérale pour le préparer !
- L'objectif essentiel d'un test de produit en aveugle est d'obtenir des consommateurs une mesure de leur «appréciation hédonique».**  
Il ne faut pas outrepasser les capacités d'analyse d'un «consommateur naïf» qui, faute d'expérience et de vocabulaire, est le plus souvent incapable d'expliquer son appréciation globale.  
On se contentera donc de relever des **profils-produit limités aux dimensions perceptibles par le consommateur, ce afin de :**

  - comprendre les raisons d'appréciation du produit,
  - éviter d'apparenter 2 produits qui ont obtenu des notes hédoniques identiques mais sont perçus différemment,
  - disposer de banques de données afin de valider l'amélioration des produits sur leur dimensions essentielles.

## ● *Choix de la procédure du test*

Il existe plusieurs procédures de test et le choix de la plus pertinente est évidemment essentiel. Ce choix doit être fait en tenant compte des produits et des objectifs.

| Monadique   | Comparatif   | Monadique Séquentiel  | Protomonadique  |
|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un seul produit</li> <li>• Evaluation dans l'absolu</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 produits et plus</li> <li>• Jugement sur les préférences</li> </ul> | Phases monadiques décalées dans le temps : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Premier produit dans l'absolu (avec rotation)</li> <li>• Deuxième produit dans l'absolu</li> <li>• Eventuellement produit(s) supplémentaire(s)</li> </ul> | Phase monadique puis phase comparative : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Premier produit dans l'absolu (avec rotation)</li> <li>• Test comparatif entre les deux produits puis préférence</li> </ul> |

Dans notre expérience, l'approche monadique s'avère souvent la plus pertinente car elle permet :

- un jugement proche de la réalité, exprimé par rapport au référent pertinent : le produit habituel,
- des résultats « purs », non biaisés par les effets du séquentiel (le 2ème produit est jugé par rapport au 1er),
- la possibilité de constituer des banques de données fiables, sur la totalité des échantillons.

## ● **Choix du lieu du test**

| Test à domicile   | Test en salle   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Conditions proches de la réalité de consommation</li><li>• Quantité consommée suffisante, sans risque de saturation</li><li>• Référent de comparaison : le produit habituel</li></ul> <p>-&gt; Mise en situation idéale</p> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Autorise plans d'expérience artificiels (variables masquées, contrôle de la mise en œuvre)</li><li>• Bien adapté à certains produits</li><li>• Permet approches comparatives</li><li>• Délais et coûts limités</li></ul> <p>-&gt; Approche « séduisante » sous conditions</p> |

En test au domicile la procédure monadique est optimale, alors qu'en salle, la procédure comparative peut s'avérer nécessaire :

- le test au domicile implique l'utilisation du produit habituel comme référent implicite et l'ajout d'un autre produit à tester perturbe le jugement.
- le test en salle ne permet pas de se référer à ses habitudes, et, donc, à son produit habituel. Le test comparatif permet de recalibrer le jugement.

## ● **Questionnaire**

Le questionnaire classique comprend :

- une note d'appréciation globale
- une question ouverte permettant d'expliquer spontanément sa note globale
- le positionnement du produit sur quelques attributs, qui idéalement devraient avoir fait l'objet d'un travail spécifique (génération qualitative puis réduction quantitative) afin de recueillir une information fiable, sensible et discriminante.

## ● **Echantillon**

Il doit être suffisamment important : entre 120 et 200 individus pour les tests en monadique.

Il doit offrir une bonne dispersion régionale.

Il doit être contrôlé avec soins : contrôle de la qualité du terrain (relecture, contrôles téléphoniques...) et de la structure de l'échantillon (filtres, quotas, critères d'appariage...).