

# FORMES, ODEURS, COULEURS ET ÉMOTIONS



Comment choisir les caractéristiques d'un emballage ?

Comprendre et exploiter les interactions entre nos sens

- Choisir les bonnes associations de formes, de couleurs et d'odeurs dans le packaging permet de faire passer un message ciblé au consommateur.
- On cherche à vérifier ou réfuter l'hypothèse que les formes sont associées à des émotions, odeurs et couleurs, et que ces associations sont identiques pour le visuel et le toucher.
- En se concentrant sur une forme donnée dans un test sensoriel sur Internet, le participant utilise sa vision pour y associer une couleur, une odeur et une émotion. En participant au test en salle sensorielle, il utilise son toucher pour associer à une texture donnée une couleur et une émotion.

## FORME & COULEUR

Un questionnaire diffusé sur Internet et des séances d'analyse sensorielle à l'aveugle permettent d'étudier les tendances générales d'associations.

### ➤ Quels sens sont mobilisés ?

La vision en deux dimensions  
Le toucher en trois dimensions

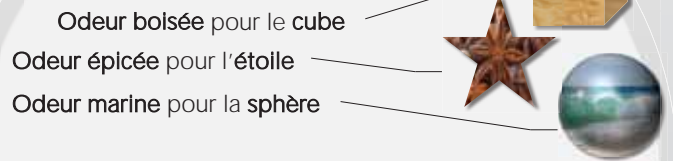
### ➤ Quelle couleur pour quelle forme ?

Parmi les résultats les plus significatifs...

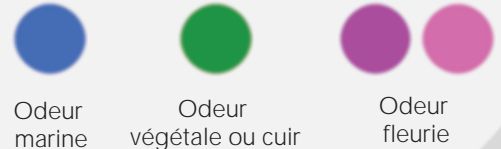


## ODEUR ASSOCIÉE

### ➤ Quelle odeur pour quelle forme ?

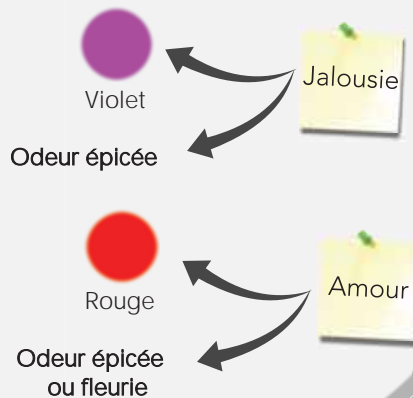


### ➤ Quelle odeur pour quelle couleur ?



## EMOTION SUSCITÉE

### ➤ Quelle émotion pour quelle couleur et quelle odeur ?



➤ Grâce à plus de 410 participants au questionnaire sur Internet et 90 en salle sensorielle, il est statistiquement démontré que les couleurs, les formes et les odeurs suscitent des émotions ciblées.

➤ Les associations sont cependant influencées par les sens mobilisés (toucher, vision) et la culture de l'individu.

Bérénice Agonse, Laurène Bozek, Julie Bréard, Victoria Deroubaix, Johanne Eveno, Justine Forest, Aurélie Grangeat, Hugues Morel, Clément Prault, Matthieu Schahl, Aubin Stadérol

Tutrices : Muriel Jacquot, Faustine Noel