

**Anais Lemercier - Lauréate du prix de thèse SFAS 2015**  
**Sensory and Prospective Study Manager chez Renault - AVRIL 2017**



**Bonjour Anaïs, peux-tu nous parler de ton parcours ?**

J'ai découvert l'analyse sensorielle assez tôt grâce à mon DUT Génie biologique, option Industries Alimentaires et Biologiques que j'ai effectué à Saint-Brieuc. J'ai tout de suite été séduite par cette discipline. J'ai ensuite poursuivi mes études en école d'ingénieur agroalimentaire à l'ENITIAA de Nantes, aujourd'hui Oniris. J'ai choisi le parcours statistiques appliquées en dernière année qui enseigne de manière plus approfondie les techniques de sensométrie et chimiométrie. C'est ensuite mon stage de fin d'études qui a un peu défini mon avenir : je l'ai réalisé au Centre de Recherche Pernod-Ricard en collaboration avec le Centre des Sciences du Goût et de l'Alimentation (CSGA) de Dijon où j'ai travaillé sur l'apport de l'eye tracking pour le développement de packagings.

Un travail sur le potentiel de la pupillométrie (mesure de la taille de la pupille) pour la mesure des émotions est ressorti en perspective de ce travail et il m'a été proposé de travailler dessus dans le cadre d'une thèse CIFRE. Pour être honnête, je n'ai pas dit oui tout de suite : faire une thèse n'était pas quelque chose que j'envisageais à l'époque mais après réflexion j'ai finalement décidé de tenter l'aventure, de saisir cette belle opportunité !

La thèse n'a pas démarré tout de suite. En attendant, j'ai travaillé un an au CSGA pour débroussailler un peu le sujet avant de démarrer ma thèse en Décembre 2011. Cette thèse a été réalisée à l'interface entre l'analyse sensorielle et de la psychologie cognitive. C'était une expérience extrêmement intéressante et enrichissante que je ne regrette pas du tout aujourd'hui, au contraire ! J'ai finalement soutenu ma thèse en Décembre 2014.

Suite à cela, j'ai poursuivi par un CDD de près d'un an chez Firmenich à la division de la Recherche où j'ai travaillé sur l'apport des tests implicites pour la mesure des émotions en application parfum, un travail toujours à l'interface senso/psycho. Enfin, depuis janvier 2016, je travaille chez Renault au sein de l'équipe Perception et Analyse sensorielle (du service Expérience Utilisateur à la Direction de la Recherche).

**Que fais-tu exactement chez Renault ? Peux-tu nous en dire plus ?**

La mission principale de mon équipe est la prise en compte des perceptions sensorielles et émotionnelles de l'utilisateur dans la conception des innovations. Nous dépendons de la Direction de la Recherche où l'on travaille sur des projets très amont : -10/-15 ans. Le travail s'y organise principalement en projets recherches et projets d'innovations technologiques pour lesquels chaque service, équipe, personne est amené à contribuer.

Pour ma part, je contribue fortement à un projet de recherche, à savoir : "Emotion by Sensation". Toujours à l'interface senso/psycho j'y contribue au travers de missions variées qui peuvent aller de l'acquisition de connaissances, avec un côté plus recherche fondamentale, jusqu'à des Proof Of Concept (POC) pour développer et tester des concepts rapidement en passant par le développement de nouvelles méthodes pour accompagner les équipes de conception telles que les équipes Design. Parallèlement je suis amené

à piloter des activités plus prospectives comme « Comment traduire l'identité de marque Renault dans nos véhicules ? »

### **Cela te change-t-il de travailler sur des voitures même si c'est assez en amont ?**

En fait, oui et non. Les connaissances que je mets à profit sont les mêmes. En revanche, je découvre un milieu qui est complètement nouveau. Le champ des possibles est décuplé par la complexité du produit étudié : la voiture. Les contraintes d'évaluation sont aussi plus nombreuses, notamment la mise en place de tests en dynamique. Donc oui, le travail est différent par le produit mais il reste un dénominateur commun fort : l'humain.

### **Quel est ton regard sur la perception de l'analyse sensorielle et son évolution ?**

Tout d'abord, je suis persuadée que l'analyse sensorielle est une discipline clé dans le développement de toute innovation ou rénovation de produit. Pour moi c'est indispensable de mettre le client au cœur du développement produit puisque notre cible est sa satisfaction.

Mais je trouve que dans les entreprises, l'analyse sensorielle n'est pas toujours très bien valorisée. Il est important si nécessaire, que chacun promeut cette discipline au sein de son entreprise afin de lui garantir une bonne intégration dans les processus ; son efficacité et sa rentabilité en dépendent.

En termes d'évolution, je pense que l'analyse sensorielle est une discipline qui ne cesse d'avancer, de progresser - et heureusement ! Parce que l'on travaille sur l'humain, il est important d'intégrer ses émotions et comme il évolue dans un monde qui bouge beaucoup, il y a de plus en plus de signatures sensorielles dont il faut tenir compte.

La chose la plus marquante pour moi sur ces dernières années c'est la prise de conscience de l'importance des perceptions dites non-conscientes, c'est-à-dire de ce que le consommateur ou l'utilisateur ne va pas vraiment être capable d'exprimer et qui peut avoir un fort impact sur ses choix, son comportement etc. On parle beaucoup d'émotions depuis ces dernières années mais je pense que ça va un peu plus loin que ça : on peut aussi parler d'implication, d'attachement, etc. Pour moi, sur ce terrain-là, il y a encore beaucoup de progrès à faire et je pense qu'il reste beaucoup de choses très intéressantes à découvrir et à développer.

### **Tu as un regard assez positif sur l'avenir de l'analyse sensorielle j'ai l'impression !**

Oui ! Malgré des questionnements qui peinent à trouver réponse, par exemple en statistique puisque persistent plusieurs écoles (pour citer un exemple, on parlait encore au dernier Eurosense du choix du seuil d'une p-value : doit-on choisir une p-value de 5% ?). C'est une discipline qui évolue en s'adaptant aux changements. On le voit notamment avec le sujet du prochain workshop E3S avec les challenges d'un monde et d'une société changeante, c'est complètement cela. En travaillant sur l'humain, il faut intégrer les évolutions de la société qui font que l'humain évolue avec et prendre tout cela en compte.

### **As-tu un dernier mot pour nos lecteurs ?**

N'hésitez pas à profiter de la dimension multisectorielle de l'analyse sensorielle pour découvrir des territoires inconnus. C'est la promesse de challenges passionnants !