

Programme de la journée :

- o 9h15 Accueil à Rennes et connexion des participants au webinaire
- o 9h30 Actualités du pôle Gwenn Weber, VALORIAL
- 9h40 Rien de notre intelligence qui ne soit passé par nos sens ! Régine Charvet-Pello, RCP
 CONSEIL

L'opportunité de l'intelligence sensorielle au service de l'innovation peut-elle résoudre le décalage constant qui se creuse entre le monde des technologies et celui de la vie réelle ?

Dans une période où les maîtres mots sont volatilité, incertitude, complexité, ambiguïté qu'apporte un nouveau produit pour l'amélioration de la qualité de vie ?

Demain être super innovant est-ce seulement être digitalement connecté ou technologiquement à la pointe ?... ou bien est-ce savoir utiliser et décrypter les sens et les émotions pour mieux guider la raison ?

En répondant à ces questions, je développerai les grands principes du design sensoriel qui permettent de savoir où porter l'effort de conception afin d'être en meilleure adéquation avec les besoins et les attentes de la vie réelle des gens.

Pause 15 min

 11h15 - Comprendre l'expérience consommateur au travers des composantes sensorielles, émotionnelles et cognitives - Céline Lucas et Virginie Herbreteau, ACTALIA

On peut définir l'expérience consommateur comme l'évaluation des interactions entre un consommateur et un produit lors de sa consommation. Les 5 sens nous permettent d'apprécier la composante sensorielle de l'expérience de consommation mais cette expérience repose également sur les composantes cognitives (usages/pratiques, fonctionnalités/bénéfices ...) et émotionnelles (plaisir, surprise, déception, frustration...). Si l'on souhaite augmenter l'expérience alimentaire il est donc important de considérer ces 3 composantes.

Nous montrerons à travers d'exemples pourquoi et comment prendre en compte ces différentes composantes.

11h45 - Ouïe et digital! La puissance de l'ASMR* sur les réseaux sociaux - Glenn Vigouroux,
 TIRE FESSE

L'ASMR est devenu un phénomène culturel majeur, et les réseaux sociaux ont joué un rôle essentiel dans sa popularisation. Nous explorerons comment les créateurs de contenu ont utilisé des plateformes comme YouTube, TikTok et Instagram pour partager des expériences sensorielles, tout en établissant des liens significatifs avec leurs audiences. Nous discuterons des avantages et des défis liés à l'utilisation des médias sociaux pour promouvoir l'ASMR, en mettant en lumière l'importance de la créativité, de l'authenticité et de l'éthique dans ce domaine en constante évolution.

 12h15 - Ouïe! Comment faire performer sa marque par la musique? - Pierre Atoch et Sami Berrabah, BRANDY SOUND

Dans le paysage moderne du marketing, une dimension autrefois sous-estimée prend désormais le devant de la scène : l'identité sonore.

Alors que les marques se sont longtemps focalisées sur leur identité visuelle, la dimension musicale gagne en importance, apportant une nouvelle dimension sensorielle à l'expérience client.

Pause déjeuner : Goût!

12h30 - Repas commenté au Ciel de Rennes - « 5 sens et créativité culinaire » par *Jean-Marie Baudic, CIELS & TERROIRS et Marie-Loïc Garin, CENTRE CULINAIRE CONSEIL*

Ou comment les chefs s'appuient sur les 5 sens pour créer et construire leurs recettes et générer une expérience unique de dégustation.

Le chef Jean-Marie BAUDIC, ancien chef étoilé du Youpala Bistro, commentera les plats élaborés avec son équipe et nous fera part de son cheminement créatif au service de l'expérience de dégustation.

- o 14h15 15h45 : Ateliers ludiques!
 - Vue et touché! Quand le regard vous invite au touché Patricia Le Bozec et Mireille
 Sabatier, PROCESS BLUE

Venez challenger votre créativité! Quelques recettes et ingrédients pour stimuler, enrichir et construire, l'imaginaire de vos consommateurs.

Format de l'atelier, par groupe de 3/4 personnes : un sujet (chocolat, on est proche des fêtes (3)), habillage d'une tablette (mise à disposition de petites boites avec différents gabarits, typographies, couleurs, papiers, ... Pour création d'un pack de tablette en fonction de différents positionnements (sujets présentés par nous). Rapporteur par groupe, puis débrief et remise du 1er prix.

 Vue et forme! Influence de la forme sur l'imaginaire et l'usage projeté d'un produit alimentaire - Lucie Bolzec, AGENCE PAPILLOTE

^{*} Autonomous Sensory Meridian Response

A travers quelques projets de design industriels et culinaires, découvrez l'importance de la forme sur notre perception. Une recette unique ouvre alors un large champ d'opportunités, à la fois d'usage, de cibles, et donc de marchés différents.

Pour valider la théorie, mettez vous-même la main à la pâte en façonnant les rituels de dégustation de votre propre produit et testez-en sa perception !

Odorat! Olfaction, un sens qui façonne notre alimentation - Charlotte Tournier, ODOURNET

L'odorat et le goût sont intrinsèquement liés. Sans l'odorat il nous est impossible d'apprécier pleinement les aliments que nous consommons. Vous rappelez-vous, la dernière fois que vous étiez enrhumé, lorsque votre nez était pris, que vous ne sentiez plus rien ? D'un coup, vos aliments sont devenus fades !

Quelques expérimentations nous permettront de jouer avec le sens de l'olfaction indispensable à notre alimentation et à l'appréciation des goûts.